
مدیریت
فناوری های
روز
مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان

بسم الله الرحمن الرحیم

مدیریت فناوری های روز

نویسنده:

www.modiryar.com

ناشر چاپی:

www.modiryar.com

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

فهرست ----- ۵
مدیریت فناوری های روز ----- ۷
مشخصات کتاب ----- ۷
قیمت گذاری در بازارهای الکترونیک ----- ۷
کارت ویزیت رایانه ای ----- ۷
بارکد ----- ۸
فناوری روی عرشه ----- ۹
فایر وایر ----- ۱۲
laser tracking چیست ----- ۱۳
اطلاع‌رسانی فناوری‌های نوین نیازمند تخصص است ----- ۱۴
هفت فناوری جدید که همه چیز را تغییر خواهند داد ----- ۱۵
هوش تجاری و تصمیمات کلان سازمانی ----- ۱۷
زندگی و حمل و نقل در شهر هوشمند ----- ۲۲
نقش شبکه های الکترونیکی درتعمیق فعالیت سازمان های غیر دولتی ----- ۲۵
نظارت در سازمانهای مجازی ----- ۲۸
دوربین های مداربسته ----- ۳۳
امنیت در خرید اینترنتی ----- ۳۵
ویژگی های فروشگاه های اینترنتی ----- ۳۷
مفاهیم بنیادین بازاریابی، پیش‌نیاز بازاریابی الکترونیکی ----- ۳۹
Cyberoam با بهره گیری از مکانیزم کنترل ----- ۴۱
شهر الکترونیک در ایران و جهان ----- ۴۲
اتوماسیون کارت امتیازی متوازن ----- ۴۵
آسیب شناسی بازیهای رایانه ای ----- ۴۷

افق های تاریک روشن بازیهای رایانه ای ----- ۵۳
فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات ----- ۶۱
وبلاگی شدن فرهنگ ----- ۶۹
آموزش آنلاین ره آورد نوین فناوری برای بهبود کیفیت ----- ۷۲
آشنایی با MRP و ERPدر سازمان ها ----- ۷۹
زبان‌های هوشمند ----- ۸۶
تأملی بر دولت الکترونیک و تعامل شهروندان با آن ----- ۸۷
داده های مکانی ----- ۹۲
شهر الکترونیکی ----- ۹۸
کتاب الکترونیکی ----- ۱۰۰
امضای دیجیتال ----- ۱۰۳
درباره مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان ----- ۱۰۵

مدیریت فناوری های روز

مشخصات کتاب

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت فناوری های روز/ www.modiryar.com
ناشر: www.modiryar.com
مشخصات نشر دیجیتالی:اصفهان:مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری:نرم افزار تلفن همراه , رایانه
موضوع:مدیریت - فناوری

قیمت گذاری در بازارهای الکترونیک

نیست. به علت پایین بودن هزینه جستجو و فراهم شدن امکان مقایسه قیمت،کیفیت و سایر جنبه های کالا بهره گیری از اینترنت در زندگی روزمره انسانها گسترش روز افزونی پیدا کرده است. مشتریان ترجیح می دهند کالاها و خدمات مورد نیاز خود را در بازارهای الکترونیک جستجو کنند. در بازارهای الکترونیک قیمت تحت تاثیر حساسیت قیمت، منحصر به فرد بودن محصول،آگاهی از خدمت یا محصول جایگزین ، هزینه کل،هزینه مشترک،اثر قیمت-کیفیت و اثر موجودی قرار می گیرد. فروشندگان با بررسی این اثرات بر روی کالاها و خدمات قابل ارائه خود در بازار الکترونیک می توانند استراتژی‌های متفاوتی را انتخاب کنند. این استراتژی‌ها امکان قیمت گذاری صحیح با توجه به هزینه، مشتریان و رقبا را فراهم می‌کند و یک حاشیه سود مناسب را برای فروشندگان به وجود می آورد. منابع ۱. Brousseau,C and Gressens,B (۱۹۹۹) “The Value Propositions of Dynamic Pricing in Business-to-Business E-Commerce “(۱/۱۵/۱۹۹۹) CRM Project Volume ۱ ۲. David Shipley, David Jobber(۲۰۰۱), “Integrative Pricing Via The Pricing Wheel” Industrial Marketing Mnagement,VOL۳۰, PP۳۰۱-۳۱۴۳. Jensen, M. and Skovggard, M. (۱۹۹۹) "strategic perspectives one-marketplaces. Master thesis, technology university of Denmark۴. Kannan. P.K. and Kopalle. P.K.(۲۰۰۱), “Dynamic Pricing on the internet: Importance and Implication for Consumer behavior” International Journal of Electronic Commerce , Spring, Vol . ۵. No. ۳ pp. ۶۳-۸۳۵. Mohammed R.A, Fisher .R.J, Jaworski B.J ,(۲۰۰۲) , Cahill.A.M “Internet Marketing: Building Advantage in the Networked Economy” McGraw – Hill press,N.Y۶. Rashinghani, M.S(۲۰۰۴)”e-pricing for intelligent enterprises: a strategic perspective” chapter xv on” intelligent enterprises of the ۲۱st century” I idea group, Hershey

* منبع: تدبیر

کارت ویزیت رایانه ای

۱۳۸۷ ، ۱۰:۲۷ کارت ویزیت رایانه ای اولین کارت ویزیت رایانه ای از سوی یک شرکت امریکایی تولید شد. این کارت ویزیت

که به نام rcard وارد بازار شـده است ، حدود ۴۰دلار قیمت دارد و در ابعاد یک کارت اعتباری معمولی و حاوی نام ، نشانی و دیگر اطلاعات مورد نیاز است. در ضمن rcard دارای یک گیگابایت حافظه فلاش و پورت usbاست که کارت را به رایانه وصل می کند و می تواند فیلم ، عکس ، تصاویر گرافیکی و متن را از رایانه روی کارت بارگذاری کند و سپس این اطلاعات را روی نمایشگر رنگی LCD، دو اینچی خود به نمایش بگذارد.

rcard می تواند کاربردهای وسیعی در آینده داشته باشد ازجمله این که می توان به عنوان یک کارت اعتباری و یا کارت هویت الکترونیکی از آن استفاده کرد و یا اطلاعات حساس و مهم مانند گروه خون ، آلرژی ها یا بیماری های مزمن مصرف کننده را در آن ذخیره کرد. البته این کارت ویزیت به دلیل داشتن یک نوار مغناطیسی گزینه ای می تواند به عنوان یک کارت پرداخت و عضویت هم به کار رود.

بنابر اعلام محققان موسسه نجوم دانشگاه کمبریج لندن ، بزرگترین تلسکوپ جهان پس از آن که بیش از ۲۰سال از طرح ایده ساخت آن می گذرد، بزودی چشمان خود را به سمت آسمان باز خواهد کرد. این تلسکوپ عظیم ۱۲۰میلیون دلاری ، موسوم به ال بی تی ، که زیر آسمان صاف و شفاف آریزونا مستقر شده ، در واقع دوچشمی است و به اخترشناسان امکان خواهد داد تا کیهان را با جزییات بیشتر و در اعماق ژرف تر بکاوند. در واقع ال بی تی که برخلاف اکثر تلسکوپ های امروزی که حاوی یک آینه برای جمع آوری نور هستند، تلسکوپ دوچشمی متشکل از دو آینه ۸.۴ متری است و یک گام مهیج رو به جلو برای نجوم محسوب می شود که نه تنها یک اتفاق بزرگ در این حوزه علمی به حساب می آید بلکه امکان پیاده سازی برخی از فناوری های تازه را که برای همه تلسکوپ های بزرگ نسل آینده حیاتی خواهد بود، فراهم می کند.

طی هفته گذشته خبر ساخت مینی مغناطیس سنجی که برای ثبت امواج مغزی مورد استفاده قرار می گیرد هم در صدر اخبار علمی قرار داشت.

این فناوری نوین از سوی محققان انستیتو ملی استاندارد و فناوری امریکا ارائه شده و ضریب دقت بسیار بالایی دارد. در واقع این طیف سنج مغناطیسی در کنار ابعاد فوق العاده کوچکی که دارد، چندان گران قیمت نیست و از ضریب دقت حیرت آور یک یک میلیونیم یک میلیارد تسلا برخوردار است.

این در حالی است که تاکنون این رقم پیچیده در سیستم های ابررسانای گران قیمت و با چگالی بالا که به آنها SQUID می گویند، مورد استفاده قرار می گرفته است.

از آنجا که تیم تحقیقاتی این پروژه از این فناوری نوین برای ثبت امواج قلب موش استفاده کرده اند، اکنون امیدوارند تا بتوانند از آن برای ثبت امواج مغزی انسان هم کمک بگیرند.

* http://www.ictir.net/

بارکد

بسیاری از محصولات شرکت های تولیدی، در سراسر دنیا قابل فروش هستند. با توجه به این مسئله وجود بارکدهای منحصر به فردی که آنها را از یکدیگر متمایز سازد ضروری به نظر می رسد. تبدیل اعداد به بارکد خواندن بارکد نیاز به استاندارد مشخصی دارد. در حال حاضر در دنیا چند استاندارد برای تولید و استفاده از بارکد وجود دارد که معتبرترین آنها استاندارد EAN/UCC است که۱۰۳ کشور در دنیا از آن تبعیت می کنند و حدود ۹۰ درصد تجارت دنیا را پوشش می دهد. در ایران به علت ضرورتی که بنا به توسعه صدور کالاهای غیرنفتی ایران به بازارهای جهانی به وجود آمد در سال۱۳۷۴ سازمانی با عنوان «مرکز ملی شماره گذاری کالا ـ و خدمات» زیر نظر موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی تاسیس شد و پس از انجام مطالعات لازم با انتخاب

استاندارد EAN/UCC کشور ما به عضویت موسسه بین المللی EAN International درآمد. تاکنون بیش از۵ هزار شرکت- که بیشتر آنها شرکت های تولیدکننده محصولات غذایی و شیمیایی هستند- به عضویت این موسسه درآمده و برای کالاها و محصولات خود بارکد دریافت کرده اند. بارکد محصولات،۱۲ رقمی است. البته در برخی از کشورها به دلایل مختلف بارکد۱۳ رقمی نیز وجود دارد. ۱۲ رقم بارکد به شرح زیر معنی دار می شود:

سه رقم اول نمایانگر کد کشور(۶۲۶= کد ایران)،۵ رقم بعدی کد شرکت سازنده،۴ رقم بعدی کد کالای مربوطه و در نهایت۱ رقم آخر کد کنترل توسط رایانه به منظور کنترل صحت کد مورد نظر است.برای مثال بارکد زیر مربوط به دستمال کاغذی ۲۰۰ برگی یکی از شرکت های تولیدی است. به طور حتم تا به حال در هنگام خرید یا پس از خرید کالا به علامت بارکد چاپ شده در روی بسته بندی آن توجه کرده اید و این سئوال برایتان پیش آمده که این خطوط چه هستند و چه کارآیی دارند. عامه مردم درباره بارکد، نظرات متفاوتی دارند. خیلی ها فکر می کنند بارکد نمایانگر قیمت کالاست. برخی دیگر نیز بارکد را علامت استاندارد و عده ای بارکد را شماره مجوز کالا می دانند. بارکد شامل یک سری عدد و تعدادی خطوط موازی سیاه رنگ با ضخامت های مختلف در زمینه سفید بوده که از طریق دستگاه پویشگر (Scanner) توسط امواج مادون قرمز قابل خواندن و انتقال به رایانه است. هر یک از این میله ها مانند یک بیت ارزشی، معادل صفر و یک دارند. هر یک از این کدها در بانک اطلاعاتی مربوط، دارای اطلاعات کاملی شامل شرح، مشخصات دقیق و فنی، موجودی، اطلاعات ورود و خروج برای استفاده کنندگان ذی ربط هستند.استفاده از بارکد فقط به محصولات تولیدی شرکت ها محدود نمی شود. در کارخانه ها و موسسات تولیدی به منظور ردیابی مداوم اطلاعات کالاهای تولیدی در خطوط مختلف تولید قطعات مصرفی موجود در انبارها، بارکدهای منحصر به فردی ایجاد و با این سیستم ردیابی می شود. سیستم بارکد کمک می کند تا تغییر اطلاعات را توسط سیستم بارکد به بانک های اطلاعاتی منتقل کرده و همواره اطلاعات موجودی های خود را به روز نگه دارید. در واقع بارکد به عنوان یک ترمینال ورودی کمک می کند تا تغییر یا ثبت اطلاعات با حداقل خطای اطلاعاتی به رایانه منتقل شود. در فروشگاه های بزرگی که روزانه مقدار زیادی کالای ریز و درشت به آنها وارد و یا خارج می شود و مسئولین برای کنترل موجودی های خود همواره به اطلاعات سطوح موجودی نیاز دارند استفاده از بارکد بسیار ضروری است. در غیر این صورت باید هرازگاهی با تعطیلی فروشگاه اقدام به شمارش و کنترل موجودی کرد. این کار نه تنها بسیار دشوار و طاقت فرساست بلکه امکان بروز اشتباه در آن نیز زیاد است. در حال حاضر در کشور ما از بارکد برای جمع آوری و ثبت اطلاعات مختلف استفاده های متنوعی می شود. از کارت های حضور و غیاب پرسنلی گرفته تا قبوض آب و برق و تلفن، اطلاعات خطوط تولید و ردیاب محصولات، موجودی های انبار، کتب جهت ثبت شماره استاندارد بین المللی کتاب (شابک) و از همه بیشتر برای کالاهای تولیدی شرکت ها که در فروشگاهها ارائه می گردد و ...برای راه اندازی سیستم های مبتنی بر بارکد، نیاز به تجهیزاتی مانند نرم افزار تولید بارکد، چاپگر چاپ بارکد، پویشگر (Scanner) و برچسب های ویژه داریم.البته توسعه و پیشرفت در زمینه بارکد نیز مانند سایر علوم و فن آوریها به سرعت در حال وقوع است. منبع : http://www.naftepars.ir

*لینک: http://www.industry.mihanblog.com/post/archive/۱۳۸۵/۱

فناوری روی عرشه

اسفند ۱۳۸۷ ، ۱۲:۲۶ فناوری روی عرشه

میثم لطفی

امروزه ساخت کشتی های غول پیکر به یکی از رشته های صنعتی پول ساز دنیا تبدیل شده است. در این راستا بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری های فراوان، همه ساله با ساخت کشتی های کوچک و بزرگ درآمدهای ارزی هنگفتی را نصیب خود می کنند. سواحل کشورهای پیشرفته دنیا، جزء فعال ترین و پردرآمدترین مناطق و محل کسب منافع ملی آنها محسوب می شوند. اهمیت دریا با کشف منابع انرژی و با توسعه بهره برداری از آنها هر روز افزون شده و آینده بشر را به جرات می توان وابسته به بهره برداری صحیح و گسترده از دریاها دانست. اما رفته رفته با ورود فناوری ارتباطات و اطلاعات به عرصه های مختلف، صنعت کشتی سازی نیز از این فرآیند بی نصیب نمانده و خود را با فناوری های روز دنیا تطبیق داده است.

شرکت کشتیرانی ژاپن(NYK) موفق به تولید فناوری جدیدی شده است که می تواند از آب به عنوان سوخت استفاده کند. این فناوری که به آن «احتراق امالسیون» می گویند، ۱۰تا۲۰ درصد سوخت کشتی را از نفت سنگین و بقیه را از آب تامین می کند. شرکت کشتیرانی ژاپن اعلام کرده است از پایان سال جاری میلادی این فناوری را به صورت رسمی مورد استفاده قرار خواهد داد. در حال حاضر برای سوخت کشتی از سه نوع نفت سنگین با نامه ای A، B و C استفاده می شود که کیفیت نوع C آن در پایین ترین رده قرار دارد. در این فناوری برای ترکیب آب با سوخت کشتی، از نوع نفت سنگین C استفاده شده است. برای ترکیب کامل نفت سنگین با آب، دستگاهی تولید شده است که این دو مایع را با افشاندن، به صورت ذرات بخار درمی آورد. اما فناوری های دریانوردی به اینجا ختم نمی شود. نیروی دریایی آمریکا اعلام کرده است سری ناوشکن های چند کاره جدید خود را با نام DD۲۱ Zumwalt در سال ۲۰۱۰ وارد عمل خواهد کرد تا جایگزین ناوشکن های Oliver Hazar Perry و Sprunace شوند. بر خلاف سری های قبلی، ماموریت اصلی DD۲۱ مهیا کردن پشتیبانی برای حمایت از نیروهای زمینی است. کاهش علائم دیداری، راداری، مادون قرمز و علائم مغناطیسی عالی ترین اهدافی محسوب می شوند که در طراحی این کشتی ها به کار گرفته شده است. این کشتی برای عملیات ضدهوایی، ضددریایی و ضدزیردریایی نیز طراحی شده است.طرح کشتی ناوشکن جدید نیروی دریایی آمریکا شامل مواد مرکب خاص و مواد جاذب می شود و شکل خاص بدنه کشتی به گونه ای است که در آن واحد رو و زیر سطح آب است. در این غول دریایی دقت بسیار زیادی برای کاهش صدای کشتی و کم کردن صدای سیستم های تسلیحاتی و موتوری کشتی اتخاذ شده است. سیستم قدرت یکپارچه IPS برای حمل بی صدای کشتی طراحی شده است. IPS یک سیستم با ساختار کاملاً الکترونیکی برای کشتی های آینده است و در آن نیروی محرکه کل کشتی به خط الکترونیکی وصل می شود. فناوری IPS هزینه نگهداری و تولید کمتر و قابلیت بقاپذیری بهتر با ساختار انعطاف پذیرتر را برای دارندگان کشتی به ارمغان آورده است. سری DD۲۱ Zumwait با تسلیحات ۶۲ تا ۶۵ اینچ و توپ های Howitzer با اندازه ۱۵۵ میلیمتر مجهز خواهند شد و کشتی قادر خواهد بود قدرت پشتیبانی توپخانه ای با برد ۱۰۰ مایل را داشته باشد.یک سیستم موشکی دریایی زمینی نیز در این کشتی خواهد توانست با برد ۱۰۰ تا ۲۰۰ مایل، کار پشتیبانی نیروهای زمینی را انجام دهد. موشک های تاکتیکی کروز Tomhawk هم قادر خواهند بود اهدافی در فاصله ۲۰۰ تا ۱۶۰۰ مایل دریایی را مورد اصابت قرار دهند. DD۲۱ به پیشرفته ترین سیستم های ردیابی زیردریایی که روی سطح جنگنده نصب خواهد شد، مجهز شده است. سیستم عرشه کشتی قادر به میزبانی از فرود هلیکوپترهای نیروی دریایی خواهند بود. اما مقامات بلند پایه بریتانیا و فرانسه بر اساس قرارداد جدیدی که با یکدیگر به امضا رسانده اند نسل جدید کشتی های جنگی و زیردریایی هایی را که به آخرین فناوری های روز مجهز شده، تولید خواهند کرد. این کشتی ها به موتورهای الکتریکی مجهز شده اند و می توانند با توانایی های بیشتر در عملیات های نظامی شرکت کنند. با توجه به اینکه در حال حاضر تنها موتورهای دیزلی و توربینی در کشتی های بزرگ نظامی و ناوهای هواپیمابر مورد استفاده قرار می گیرند، بررسی های انجام شده توسط کارشناسان نشان می دهد موتورهای الکتریکی سازگاری بیشتری با محیط زیست دارند و در مقابل امکانات بیشتری را در اختیار خدمه کشتی خواهند گذاشت.موتورهایی که قرار است روی نسل جدید کشتی های جنگی بریتانیا و

فرانسه کار گذاشته شوند فضای کمتری را اشغال می کنند و کارایی بیشتری دارند. آخرین اخبار رسیده نیز نشان می دهد، هزینه خرید، تعمیرات و نگهداری موتورهای الکتریکی کشتی های جنگی که سیستم های نوین فناوری اطلاعات روی آنها کار گذاشته شده بسیار کمتر از موتورهای دیزلی و توربین های گازی است.باید توجه داشت که با رشد چشمگیر فناوری و نفوذ آن در بخش های مختلف زندگی ، ماشین های بزرگ دیگر جایی نخواهند داشت و سیستم های امنیتی دیجیتالی و سلاح های تکنولوژیک می توانند جایگزین مناسبی برای روش های سنتی نظامی باشند. با انجام این قرارداد جدید از این پس کشتی های جنگی می توانند امکانات نظامی بیشتری را در خود جای دهند و کارایی بیشتری داشته باشند. دولت های فرانسه و بریتانیا برای افزایش هرچه بیشتر فناوری در سلاح های نظامی مرکز جدیدی را با نام «سازمان فناوری های الکتریکی کشتیرانی» راه اندازی کرده اند. این مرکز به گونه ای طراحی شده که می تواند پیش از تولید هر فناوری، آن را به کمک کامپیوترهای بزرگ و پیشرفته شبیه سازی کرده و توانایی های آن را در زمینه های مختلف بسنجد. به منظور تولید محصولات پیشرفته تر، این دو کشور به تازگی مناقصه ای را برگزار کرده اند تا بزرگ ترین مراکز کشتی سازی جهانی در این طرح شرکت کنند. شرکت LSTOM Power Conversion که برنده یکی از این مناقصات است، مرکز تحقیقاتی ویژ ه ای را برای این طرح راه اندازی کرده و در نظر دارد با سرمایه گذاری ۱۹ میلیون دلاری آخرین فناوری های روز را در سلاح های دریایی مورد استفاده قرار دهد.نیروی دریایی بریتانیا اعلام کرده اگر این طرح با موفقیت به پایان برسد، تمام کشتی ها، زیردریایی ها و سلاح های نظامی خود را به سیستم های ردیابی دیجیتالی و فناوری های نوین مجهز خواهد کرد. این کشور هم اکنون درحال ساخت دو ناو بزرگ هواپیمابر است و تلاش می کند آخرین فناوری های روز دنیا را در این ناوها مورد استفاده قرار دهد. سیستم های به خصوصی که قرار است در این دو ناو بزرگ مورد استفاده قرار گیرد، تا یک میلیارد دلار در هزینه تولید سلاح های جدید بریتانیا صرفه جویی خواهد کرد. این در حالی است دولت فرانسه نیز با بهره گیری از این سیستم، کارایی نیروی دریایی خود را تا چندین برابر افزایش خواهد داد.بارونس سیمونزوزیر دفاع بریتانیا در مورد این طرح بزرگ می گوید: «ساخت موتورهای الکتریکی برای کشتی های جنگی می تواند مبدایی برای استفاده از این موتورها در کشتی های مسافری و باری محسوب شود. ما بر این باوریم که با اجرای این طرح، نسل آتی کشتی های نظامی کارآمدتر خواهند شد و هزینه تولید آنها به میزان زیادی کاهش خواهد یافت. هم اکنون نیروی دریایی بریتانیا در کنار نیروی دریایی فرانسه فعالیت های گسترده ای را آغاز کرده اند تا بتوانند بیشترین بهره را از فناوری های روز دنیا ببرند.»وی در ادامه توضیح می دهد: «طرح توسعه فناوری در ارتش بریتانیا و فرانسه می تواند اطلاعات لازم را برای ورود فناوری های الکتریکی به دنیای نظامی در اختیار ما بگذارد. با این روند ما مطمئن خواهیم شد که ناوهای هواپیمابر، کشتی های نظامی و زیردریایی های ارتش بریتانیا و فرانسه قوی ترین سلاح های دریایی جهان را در اختیار دارند.»از دیگر ادوات جنگی که دو کشور بریتانیا و فرانسه قرار است در این طرح آن را تکمیل کنند شامل جنگنده۳۵- F می شود که نتیجه برنامه JSF (جنگنده ضربتی دفاعی) وزارت دفاع آمریکاست. این جنگنده قابلیت پشتیبانی هوایی را داراست و می تواند از روی ناو هواپیمابر نیز بلند شود. این پرنده نظامی با استفاده از فناوری های مشابه ۲۲–F ساخته شد. پس از رقابت شرکت های مختلف برای دریافت امتیاز ساخت این هواپیمای جنگنده سرانجام شرکت لاکهید مارتین که پروژه سری۳۵ -X را در دست انجام دارد و مبتکر فناوری Life-FanSTOVL است و ممتاز بودن خود را در این فناوری در ساخت بوئینگ ثابت کرده، توانست امتیاز ساخت این پرنده را به دست گیرد. Life-fan قدرت خود را از یک میله متصل به موتور اصلی تامین می کند.لاکهید مارتین ۳۵- F را برای نیروهای دریایی و هوایی ایالات متحده و همچنین نیروی هوایی بریتانیا به یک شکل طراحی کرده که تمامی سلاح های آن در داخل بدنه جای می گیرند تا کمترین بازتابش راداری را داشته باشد. تمامی نسخه های این جنگنده دارای محل نگهداری سلاح در داخل و طراحی بدنه یکسان وابسته به قواعد هندسی و نیز بال های پهن همسان و سکان های عمودی قابل قیاس از هم هستند.

*منبع: سرمایه

فایر وایر

را شنیده‌اید. فایر وایر (FireWire) یکی از راه‌های آسان و سریع اتصال دستگاه‌های مختلف است.این فن‌آوری در سال ۱۹۹۵ توسط شرکت اپل ساخته شد و توسط انجمن مهندسین برق آمریکا (IEEE) استاندارد گذاری شد. فایر وایر شباهت زیادی به USB دارد.سازندگان فایر وایر با چند هدف این فن آوری را گسترش دادند •.انتقال سریع اطلاعات •قابلیت اتصال چندین وسیله به یک کامپیوتر یا واحد دیگر •سهولت استفاده •انتقال و تامین برق از طریق کابل •هزینه کم کابل و استفاده •قابلیت -Plug and-Play. یعنی کامپیوتر به صورت پیش فرض دستگاه را شناسایی می‌کند و دیگر نیازی به اجرای درایور نیست.فن‌آوری فایر وایر که به IEEE۱۳۹۴ نیز معروف است؛ به شما اجازه انتقال اطلاعات مخصوصاً صدا و تصویر را می‌دهد. فایر وایر بسیار پر سرعت است. نسخه جدید آن دارای سرعت ۸۰۰ مگابایت بر ثانیه است و پیش‌بینی می‌شود با ایجاد تغییراتی در ساختار کابل‌ها با استفاده از فایر وایر می‌توان به سرعت بالای ۳.۲ گیگابایت نیز رسید. کامپیوترها و سیستم عامل‌های کنونی توانایی دریافت ۶۳ دستگاه توسط فایر وایر را دارند.کابلفایر وایر همچنین Hot-Pluggable است. به این معنی که می‌توانید هرگاه آن را قطع و وصل کنید حتی در حالی که دستگاه روشن است.نسخه ابتدایی فایر وایر که به IEEE۱۳۹۴a معروف است دارای سرعت ۴۰۰ مگابایت بر ثانیه است و توانایی دریافت اطلاعات در طول کابلی با ماکسیمم طول ۴.۵ متر را دارد.هنگامی که نسخه ۲ USB به بازار عرضه شد سرعت ۴۸۰مگابایت را داشت و طول کابل آن به ماکسیمم ۵ متر نیز می‌رسید. این امر رقابت بین این دو فن‌آوری را کمتر کرد.ولی دوباره در سال ۲۰۰۲ سازندگان فایر وایر نسخه IEEE۱۳۹۴b آن را به بازار عرضه کردند که برای همیشه ۲ USB را پشت سر گذاشت و با سرعت ۸۰۰ مگابایت بر ثانیه و ماکسیمم کابل ۱۰۰متر؛ بازار اتصالات دیجیتال را متحول کرد. نسخه جدید فایر وایر با نسخه قدیم آن نیز سازگار است.تفاوت دیگری که در این میان است این است که USB به صورت -Hot Based کار می‌کند. یعنی حتماً باید به یک کامپیوتر یا واحد پردازش متصل باشد. ولی فایر وایر peer-to-peer است. به این معنی که دو دوربین فیلم‌برداری را می‌توان بافایر وایر به هم متصل کرد.فایر وایر می‌تواند برق دستگاه را از کامپیوتر تا?مین کند. به این ترتیب دو کابل برق داخل فایر وایر می‌توانند ۱.۵آمپر شدت جریان را با ۸تا۳۰ ولت اختلاف پتانسیل عبور دهند.کابل ۴۰۰ FireWire دارای ۶ سوزن یا Pin است. این در حالی است که در بعضی دستگاه‌ها به دلیل کمبود فضا از ۴ سوزن نیز استفاده می‌شود. ۸۰۰ FireWire دارای ۹ سوزن است. ۶ سوزن آن همانند سوزن‌های ۴۰۰ FireWire است و دو تا آن لایه‌هایی روکش شده هستند که برای جلوگیری از تماس کابل‌های دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند. درحالی که سوزن دیگر کار دیگری در حالت عادی انجام نمی‌دهد.ارسال اطلاعات در یک گذرگاه یا Bus توسط فایر وایر با استفاده از سیستم ۶۴ بیتی که به استاندارد IEEE۱۲۱۲ معروف است انجام می‌شود. هر بسته (Packet) به سه قسمت تقسیم می‌شود •:۱۰ بیت اطلاعات مربوط به BusID که مشخص می‌کند از کدام گذرگاه (Bus) اطلاعات وارد می‌شود •.۶ بیت اطلاعات PhysicalID که مشخص می‌کند کدام دستگاه روی گذرگاه اطلاعات را فرستاده است •.و سرانجام ۴۸ بیت که برای انتقال اطلاعات است.هر کدام از گره‌ها و یا همان دستگاه‌هایی که روی گذرگاه قرار می‌گیرند می‌توانند ۱۰۰متر کابل فایر وایر داشته باشند به این ترتیب در شکل زیر می‌توان ۴۰۰متر سیم بین کامپیوتر ۳ و دوربین استفاده کرد.فایر وایر تاثیر بسزایی در اتصالات تصویری از دستگاه‌هایی مثل دوربین داشته است. می‌توانید با استفاده ازفایر وایر فیلم‌های خود را به صورت همزمان مشاهده و حتی آن‌ها را همزمان ضبط کنید. منبع: همشهری آنلاین Firewire Firewire, also known as IEEE ۱۳۹۴ and i.Link, is a high speed serial bus developed by Texas Instruments and Apple computers in the mid ۱۹۹۰s.

Firewire is compatible with more than ۶۳ electronic and digital devices, which makes it a great choice for many people. Technically speaking, Firewire is a PC serial bus interface standard that offers isochronous data services and high-speed communications between digital devices. Basically, Firewire facilitates faster data transfer rates and usability .across multiple devices

laser tracking چیست

فند ۱۳۸۷ ، ۰۸:۱۲ laser tracking چیست؟

این نوع دستگاه یکی از ابزارهای جدید اندازه گیری است که بر اساس قابلیت منحصر به فرد لیزر(همدوس بودن و حفظ همگرایی تا فواصل طولانی)، طراحی و انواعی از آن نیز به بازار آمده اند.این دستگاه ها عمدتاً برای اندازه گیری قطعات بزرگ و مخصوصاً هنگام Set Up کردن یا تنظیم موقعیت آنها هنگام مونتاژ مورد استفاده قرار می گیرند. به این صورت که یک کله گی لیزر (عموماً لیزر نئون) در موقعیتی ثابت تنظیم شده و یک رفلکتور که انعکاس دهنده نور لیزر به کله گی می باشد بر روی قسمت های مختلف قطعه مورد نظر قرار داده شده و موقعیت سه بعدی آنها نسبت به کله گی لیزر با دقت بالا اندازه گیری می شود. با محاسبات نرم افزاری که عمدتاً این دستگاه ها مجهز به آن هستند موقعیت نسبی بخش های مختلف یک مجموعه بزرگ قابل اندازه گیری خواهد بود.

* http://www.smeir.ir/display_question.php?id=۲ Laser Tracker SystemsOverview Laser Trackers and Portable CMM Systems Often imitated but never surpassed, Leica Geosystems Laser Trackers have been at the forefront of laser tracking technology for nearly two decades. These portable coordinate measuring machines have enabled companies around the world to deliver innovative products, achieve unheard-of tolerances, substantially lower manufacturing costs and increase productivity well beyond their expectations.A laser tracker from Leica Geosystems is a portable measurement system that relies on a laser beam to accurately measure and inspect in a spherical volume of up to ۱۶۰ m [۵۲۵ ft]. The Leica Absolute Tracker™ can gather ۳D coordinates in ۳ ways: by following a small mirrored sphere, also known as a reflector by tracking a Leica T-Probe, a hand-held “Walk-Around” wireless contact probe or by tracking a Leica T-Scan, a contactless high-speed laser scanner. Which measurement method you should use will depend on your application.From prototyping and reverse engineering to tooling inspection and part mating, from automotive to aerospace and everything in-between, our customer list reads like a “Who’s Who” of the world’s most successful enterprises – yet our equipment is just at home in small and medium-size companies. With the introduction of the world’s first laser tracker in ۱۹۹۱, we revolutionized high-accuracy inspection as the world knew it. With the Leica Absolute

.Tracker™, we have done it again

اطلاع‌رسانی فناوری‌های نوین نیازمند تخصص است

اطلاع‌رسانی فناوری‌های نوین نیازمند تخصص است ... technology

اطلاع رسانی یک فناوری

عماد احمدوند

در سال‌های اخیر عزم خاصی برای پیشرفت علمی و فنی ایران ایجاد شده و رسانه‌ها نقش چشمگیری در این زمینه داشته‌اند. ایجاد بخش‌های خبری خاص علم و فناوری، گزارش‌ها و برنامه‌های علمی در صدا و سیما و سرویس‌های علم و فناوری در خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها، از نشانه‌های توجه خاص به این موضوع است. نتیجه‌ی این توجه، افزایش سطح آگاهی مردم از این فناوری‌ها و همراهی آنها با جریان توسعه است؛ زیرا افراد اگرموضوعی را بهتر بشناسند، خود را در آن سهیم‌ترمی‌دانند و بیشتر به توسعه‌ی آن کمک خواهند کرد. اما نکته‌ای که جای توجه خاص دارد این است که ما زمانی می‌توانیم مفهومی را درست منتقل کنیم و یاد بدهیم، که خودمان آن را درست درک کرده، نسبت به ابعاد آن اشراف بیشتری داشته باشیم. لذا بسیار واضح است که رسانه‌ای می‌تواند در اطلاع رسانی یک فناوری موفق‌ترباشد که اطلاعات و سواد علمی بیشتری در آن حوزه داشته باشد. وقتی یک خبرنگار یا مجری یک گفتگو، با اطلاعات و ادعاهایی از سوی یک پژوهشگر یا صاحب فناوری مواجه شود، اگر ابعاد موضوع را درست بشناسد، تشخیص خواهد داد که در ازای هر ادعا باید چه سوالی بپرسد. طبیعتاً هر ادعایی مبنی بر تولید، بهبود خواص، توسعه، ارتقای جایگاه و... نیاز به یک سری مراجع و اسنادی دارد که آن را تایید کند؛ و درک این موضوع از سوی خبرنگار، به او کمک می‌کند تا این اسناد را درست و به جا مطالبه کند. اگر اینگونه نباشد، فضای اطلاع رسانی به فضایی مبهم، شلوغ و با اثرات منفی تبدیل خواهد شد و وزن کارهای قوی با کارهای متوسط و حتی ضعیف برابر خواهد شد. این نمونه را توجه کنید؛ اخیراً در سمیناری در خصوص برخی محصولات فناوری نانو در ایران و حمایت‌های ستاد فناوری صحبت می‌کردم. در پایان برنامه یک عضو هیئت علمی یادداشتی به من داد که" ما می‌توانیم نانوذرات تولید و صادر کنیم که بازاری ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون دلاری دارد". اولین سوالی که لازم بود بپرسم این بود": چه نانوذراتی. "؟ایشان پاسخ داد": فرقی نمی‌کند. هر نانوذره‌ای! "به نظر من این جمله یک شوخی بود؛ شاید یک شوخی علمی! خوب برخورد با این ادعا چه باید باشد؟ با رعایت شأن ایشان، چیزی به ذهنم نرسید جز اینکه بگویم" خیلی خوب است. "!اگر خبرنگاری در برابر این ادعا، بپرسد که چه مشکلاتی بر سر راه شما هست؟ و پاسخ بشنود که ما نیاز به حمایت مالی داریم؛ مسیر را اشتباه رفته است. او باید اول ابعاد این موضوع را روشن کند و این کار نیاز به اطلاعات علمی دارد. او لازم است بداند که نانوذرات یک عبارت عام است و هر شرکتی بنا به تخصص، تجهیزات، بازار هدف و سایر پارامترهای فنی و اقتصادی، در زمینه‌ی تولید یک یا حداکثر چند نوع نانوذره کار می‌کند. حتی شرکت‌های بزرگ تولید کننده‌ی نانوذرات در دنیا نیز ادعای تولید هر نوع نانوذره‌ای را ندارند! به هر حال، ستاد فناوری نانو با هدف عمق بخشیدن به مبحث اطلاع‌رسانی در زمینه‌ی این فناوری، آمادگی دارد تا اطلاعات علمی کارشناسان رسانه‌ها را لااقل در فناوری نانو افزایش دهد و در این راستا اقداماتی را در حال اجرا دارد، که بهره‌گیری از کارشناسان فناوری نانو در امر اطلاع رسانی و برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی ویژه‌ی رسانه‌ها از آن جمله است. امیدواریم با تقویت فضای همفکری بین رسانه‌ها و ستاد، شاهد رشد و ارتقای سطح فعالیت‌ها در این حوزه باشیم.

http://nano.ir/paper.php?PaperCode=۶۷۵*

هفت فناوری جدید که همه چیز را تغییر خواهند داد

technology ...

فناوری هایی که دنیا را متحول می کنند

ترجمه: هومن تحویلداری

۱ - AJAX

این فناوری باعث می‌شود برنامه های کاربردی تحت وب رفتاری همانند نرم‌افزارهای نصب شده روی کامپیوتر از خود نشان دهند. اهمیت آن هم در این است که اکثر برنامه های کاربردی تحت وب برای اجرا نیاز دارند یک صفحه وب کاربر باز کنند و همین امر معمولاً ـ دلیل کند بودن اجرای این گونه برنامه‌هاست. اما AJAX (Asynchronous JavaScript and XML ورود اطلاعات و دیتاهای جدید را همزمان با بروزرسانی محتوا در نگام اجرای برنامه مقدور می‌سازد.
ممکن است خود شما هم از AJAX استفاده کرده باشید: روش س‌ل‌ری جستجوگر A۹ آمازون، سرویس جی‌میل گوگل، سیستم درجه‌بندی فیلم Netflix، و سرویس عکس فلیکر یاهو. با این‌حال جسی جیمز گرت، مشاور وب که با نام AJAX به شهرت رسیده است اعتقاد دارد: تأثیر واقعی این فناوری بر برنامه های کاربردی در مقیاس تجاری و Enterprise است؛ جایی‌که سرعت کار کاربران تحت شبکه افزایش قابل ملاحظه‌ای می‌یابد. شرکت نرم‌افزاری Tibco، پیش از این، یکپارچه‌سازی AJAX را با زیرساخت رابط عمومی محصول خود آغاز نموده است. مایکروسافت نیز ساخت یک توسعه دهنده AJAX را آغاز نموده‌است که نمایانگر فرارسیدن دوران مهم و تأثیرگذاری این فناوری است. ۲ - WiMax این فناوری را می‌توان تقویت شده WiFi دانست که بُرد موثرآن از لحاظ نظری سی مایل است. اهمیت آن هم در این است که WiFi فناوری خوبی است. اما برد محدودی دارد. شرکت اینتل در زمینه توسعه استانداردهای WiMax پیش‌قدم شده‌است و به‌نظر می رسد تا دو سال آینده می توانیم منتظر ارائه سرویس هایی مبتنی بر این فناوری باشیم. ابتدا در بازارهای روستایی در ایالات متحده، اروپا و آسیا و پس از آن در بازارهای مخابراتی دیگر نقاط جهان. در یک اقدام آزمایشی، اینتل یک فیلم دیجیتالی را از طریق شبکه‌های با برد ۵۵ مایل و به وسیله فرستنده های WiMax به یک جشنواره فیلم ارسال نمود. منتقدان بدبین استدلال می‌کنند که ممکن است فناوری‌های رقابتی آینده، WiMax را، به‌زودی از بازار بیرون برانند. اما در این رابطه نباید تأثیر شرکت‌هایی از قبیل AT&T ،BellSouth، Qwest، و Sprint PCS که برای پشتیبانی از این فناوری برنامه‌ریزی کرده‌اند را دست کم گرفت. موسسه تحقیقاتی ABI تخمین می‌زند که تا سال ۲۰۰۸ مشترکان WiMax از مرز هشت میلیون مشترک بگذرد. گروه تحقیقاتی Maravedis Telecom می‌گوید: تقاضا برای WiMax تا سال ۲۰۱۰ بازاری در حدود دومیلیاردلار به‌وجود خواهد آورد. چنانچه این پیشگویی‌ها به واقعیت بپیوندند، DSL، شبکه های کابلی و حتی ارتباطات T۱ را دیگر می‌توان جزئی از تاریخ گذشته دانست. ۳ - جستجوی عمقی وب این فناوری به شکلی جسورانه دیگر موتورهای جستجو را به چالش می‌کشد. اهمیت آن نیز به این دلیل است که شاید گوگل تاکنون حدود هشت میلیارد صفحه وب را نشانه‌گذاری کرده باشد. ولی این تنها نمونه‌ای از خروار است. صفحات زیاد دیگری پشت فایروال شرکت‌ها و یا داخل بانک‌های اطلاعاتی پنهان مانده و منتظرند موتورهای جستجو آن‌ها را شناسایی و نشانه‌گذاری کنند. براساس برخی تخمین‌ها این دسته از صفحات وب که اصطلاحاً به " صفحات تاریک " معروفند، پانصد برابر بیش‌تر از چیزی است که امروزه به‌نام شبکه جهانی اینترنت می شناسیم. بر خلاف محتوای عمومی اینترنت، روبات‌های خزنده موتورهای جستجوی عادی نمی‌توانند این محتویات پنهان را شناسایی و ایندکس گذاری نمایند و باید با تکنیک‌های خاصی به

انباره های اطلاعاتی عظیم موتورهای جستجو اضافه شوند. قبل از ظهور ابزارهای جستجو گر دسکتاپ کامپیوترها عضو پنهانی از وب بودند که با وجود اتصال به اینترنت، محتویات آن‌ها جستجو و نشانه‌گذاری نمی‌شد. شبکه های اشتراک‌گذاری موسیقی، دستگاه‌ها را برای یافتن فایل‌های MP۳ جستجو می‌کردند. اما قبل از پیوستن هارد دستگاه به شبکه قابل رویت اینترنت، توافقات و شروط عمدتاً خدعه‌آمیزی در زمینه امنیت و حفظ حریم خصوصی وجود داشتند که می‌بایست مورد پذیرش واقع شوند. به علاوه، هنوز میلیون‌ها نسخه دیجیتالی نسخه‌برداری‌شده از روی کتب وجوددارند که منتظر اتصال به اینترنت می باشند. در نهایت جستجوی عمقی وب، می‌تواند بهتر از ارائه صدها لینک، به سؤال‌های مستقیم پاسخ مناسبی بدهد. زیرا هنوز بسیاری از منابع موثق و غنی منتظر اتصال به شبکه جهانی اینترنتند. ۴ – رادیوی با کیفیت بالا این فناوری ماهواره نیست. یک رادیوی معمولی در حال ارتقاست. با کیفیتی در حد سی‌دی و کانال‌های بسیار بیشتر اهمیت آن هم در این است که امروزه و تحت فشار سرویس‌دهندگان ماهواره‌ای نظیر XM Radio و Sirius، سرویس‌های آنلاین موسیقی و ابزارهایی همانند آی‌پاد، صنعت رادیو که درآمد سالیانه‌ای بالغ بر بیست میلیارد دلار دارد، به‌صورت پیوسته در حال از دست‌دادن شنوندگان خود است. در این میان رادیوی HD به‌عنوان یک راه حل خوب می‌تواند این وضعیت را تغییردهد. در این فناوری باند موج رادیویی موجود که در اختیار مالکان ایستگاه‌های پخش قراردارند، به باندهای بسیار کم‌عرض و باریک تبدیل می شوند. هر باند از یک ایستگاه جدید پشتیبانی می نماید. بدین صورت هر ایستگاه FM یا AM می‌تواند به هشت کانال تفکیک شود و به این وسیله هشت برابر قبل موسیقی، گفتار و از همه مهم‌تر تبلیغات را پخش نماید و از آنجایی که این کانال‌ها دیجیتالی هستند، برنامه های رادیویی HD به‌سادگی قابل ضبطند و به شنوندگان خود امکان می‌دهند پخش برنامه های زنده را Pause کنند یا به عقب برگردانند؛ همانند امکانی که سرویس TiVo برای برنامه های تلویزیونی مهیا نموده‌است. در حال حاضر در ایالات متحده حدود ۴۵۰ ایستگاه به‌صورت HD برنامه پخش می‌کنند. در سال ۲۰۰۷ این تعداد با افزایش به ۲۵۰۰ ایستگاه، نوددرصد ایالات متحده را فرا خواهد گرفت. بزرگ‌ترین مانع پذیرش این فناوری نیز این است که شنوندگان مجبورند دستگاه‌های رادیوی جدیدی بخرند تا بتوانند سیگنال‌های رادیوی HD را دریافت نمایند. ۵ – تلفن‌های همراه ترکیبی این فناوری مربوط به تلفن‌های سلولی (همراه) است که می‌تواند با پروتکل WiFi کار کند و سیستم‌های تلفن‌های همراه و ثابت را با یکدیگر ادغام نماید. اهمیت آن هم این است که با عرضه این نوع تلفن‌ها در اواسط سال ۲۰۰۶، در پانزده مدل و با قیمت متوسط، سرویس‌های ترکیبی به‌طور خودکار جای خود را به شبکه های باز مبتنی بر WiFi در داخل محل کار و منازل خواهند داد. این‌کار باعث خواهد شد دو نقص و محدودیت عمده که متوجه مشتریان و مصرف کنندگان است، برطرف گردند: رویکرد به فناوری WiFi به‌طور وسیعی باعث افزایش کیفیت مکالمه در داخل مکان‌ها و برج‌های تجاری می‌گردد که معمولاً پوشش دادن این مکان‌ها با شبکه های سلولی مشکل است. به‌علاوه، باعث افزایش سرعت گشت‌زنی در اینترنت با استفاده از تلفن‌های هوشمند خواهد شد. ارتقایی که باعث خواهد شد این دستگاه‌ها عاقبت به‌صورت یک جایگزین ماندگار برای PCها مطرح شوند. همگرایی شبکه های بی‌سیم و ثابت به‌همراه سرویس‌هایی که روی این ترکیب سیستمی ارائه خواهند شد، جایی است که سرمایه‌گذاران مایل به خرج کردن بخش مهمی از سرمایه خود هستند. براساس تحقیقات شرکت ABI، مشتریان در پنج سال آینده صدمیلیون دلار بابت تلفن‌های ترکیبی هزینه خواهند نمود. ۶– باتری‌های سوختی بسیار کوچک این فناوری مربوط به باتری‌های تجهیزات قابل حمل است که از یک منبع خارجی با سوخت قابل شارژ (نظیر هیدروژن، گاز طبیعی، متانول، اتانول و سدیم بروهیدرات) تغذیه می‌کنند. اهمیت این فناوری هم آن است که هر چه دستگاه های دیجیتالی پر مصرف‌تری به بازار بیایند، باتری های لیتیومی کمتری یافت می شوند که توان پاسخگویی به این مصارف بالا را داشته باشند. باتری‌های سوختی (Fuel Cell جایگزین مناسبی برای این باتری‌ها هستند. فناوری محبوب در این زمینه Direct Methanol Fuel Cell DMCF) نام دارد. در این روش برای تولید انرژی موردنیاز، متانول و اکسیژن با یکدیگر ترکیب می شوند. شرکت هیتاچی در حال کار روی نوعی از

این باتری برای استفاده در لپ‌تاپ های خود است که تا سال ۲۰۰۷ به بازار عرضه خواهدشد. همچنین شرکت ژاپنی NTT DoCoMo، تولیدکننده بزرگ تلفن‌های سلولی با همکاری فوجیتسو در حال کار روی مدل باریکی از این نوع باتری سوختی برای تلفن‌های همراه است. مرحله گذار از باتری های قدیمی به این باتری‌ها به زمان نیاز دارد. بنابراین نباید انتظار خرید یک باتری سوختی را به همین زودی‌ها داشته باشیم. ولی گروه تحقیقاتی Research Markets اطلاعاتی را در این زمینه منتشر نموده‌است که نشان می‌دهد رشد فروش باتری های سوختی کم‌حجم تا سال ۲۰۰۸ به ۵۱۰ میلیون دلار و تا سال ۲۰۱۳ به یازده میلیارد دلار می رسد. ۷ Biogenerics فناوری ایجاد فرم ژنریک پروتئین‌های دارویی دارای حق انحصار است که شرکت‌های بزرگ فعال درحوزه فناوری‌های پیشرفته دارویی آن را عرضه می‌نماید. اهمیت آن هم این است که شرکت‌هایی نظیر Amgen و Genentech برای درمان بیماری‌های زیادی، از نارسایی‌های مزمن کلیه گرفته تا دیابت، به درمان‌های پرهزینه مبتنی بر پروتئین‌ها وابستگی زیادی دارند. این روش‌های درمانی ثبت شده و انحصاری که به نام Biodrugs نیز شناخته می شوند، در سال گذشته برای این شرکت‌ها درآمدی بالغ بر هیجده میلیارددلار را در پی داشتند. اکنون بسیاری از این روش‌های درمانی سودآور در حال از دست دادن انحصار خود هستند. این بدین معنی است که چنانچه دیگر رقبا بتوانند از روی این روش‌ها کپی‌برداری کنند، حق فروش آنان را خواهند داشت. اما شبیه‌سازی (Cloning) یک پروتئین بسیار دشوارتر از کپی‌برداری از آسپیرین خواهد بود و تا زمانی که این شبیه‌سازی، کامل و بی عیب و نقص نباشد، تولید آنان تایید نخواهد شد. Biogenerics در کشورهای هند و چین بسیار مورد توجه و علاقه شرکت‌های داروسازی قرار گرفته است و به زودی این فناوری در کشورهای عضو اتحادیه اروپا نیز ارائه خواهد شد. البته اتحادیه دارویی ایالات متحده FDA) برای داخل کشور شرایط و مقرراتی را وضع کرده‌است و صنایع مربوط به این فناوری هم بر اساس چگونگی استفاده از این داروها شکل خواهند گرفت. Biogeneric قادر خواهد بود تا یازده درصد از کل بازار Biodrug را به خود اختصاص دهد و این مسئله می‌تواند باعث سقوط قیمت‌ها گردد. این خبر بدی برای طرفداران ژنتیک و خبری بالقوه عالی برای بیماران است. *ماهنامه شبکه - شماره ۶۳

هوش تجاری و تصمیمات کلان سازمانی

امین گلستانی

چکیده

در این نوشتار آثار مثبتی که هوش تجاری (BI=BUSINESS INTELLEGENCE) بر تصمیمات عمده و کلان سازمانی دارد اشاره شده است و به عمده موارد قابل توجه در معماری هوش تجاری و مزایای آن به همراه نحوه برخورد و نوع پیاده سازی آن پرداخته شده است، هوش تجاری نه به عنوان یک ابزار یا یک محصول و یا حتی سیستم، بلکه بعنوان یک رویکرد جدید در معماری سازمانی بر اساس سرعت در تحلیل اطلاعات به منظور اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند کسب و کار در حداقل زمان ممکن مطرح شده است. در این مقاله، دلایل لزوم استفاده با تشریح اهداف آن، ضمن معرفی تکنیک‌های عمومی، مورد بررسی قرار گرفته است.

مقدمهفناوریهای نوین با سرعتی سرسام آور در حال پیشرفت هستند، به طوری که جوامع به صورت عام و بازار به صورت خاص با شتابی وصف ناپذیر به دنبال ترفند هایی می گردند که بقایشان را در این عرصه آشفته و متلاطم تضمین کنند. سازمانها باید بپذیرند که فلسفه حیاتشان تغییر کرده است و دیگر زنده بودن به معنای رسیدن به وضعیت سوددهی مداوم نمی تواند باشد و باید به دنبال رقابت و ابزار آن باشند، چرا که امروزه کمتر شرکتی در این عرصه به صورت سنتی و به دور از قواعد جدید بازی کسب و کار می کند و برای اینکه بتوان پا به پای رقبا باقی ماند یا شاید بسختی و با مهارت بسیار بتوان یک قدم از آنها پیش گرفت، می

بایست به قواعد جدید بازی کاملا مسلط بود تا شاید روزی بتوان خود یک قاعده جدید انگاشت. بنابراین تسلط بر فناوریهای جدیدی مانند هوش تجاری در کسب و کارها یک الزام وضرورتی اجتناب ناپذیر تلقی می شود. هدف این نوشتار نیز چیزی جز یادآوری روند روبه رشد و توقف ناپذیر نوآوری در فناوری و دگرگونی در نحوه کسب و کارها نیست؛ تحولی که در این انقلاب صورت پذیرفته است و دگرگونیهایی که در رویه تغییرات موجبات بروز اختلافات و پیدایش شکافهای عمیقی را بین فرداها با امروز فراهم آورده و خواهد آورد.

کلیات هوش تجاریهوش تجاری یا هوش کسب و کار که قالب عمده تری را مانند استفاده‌های تجاری و غیر تجاری (نظامی و غیرانتفاعی) در بر دارد، عبارت است از بُعد وسیعی از کاربردها و تکنولوژی برای جمع آوری داده و دانش جهت زایش پرس و جو در راستای آنالیز بنگاه برای اتخاذ تصمیمات تجاری دقیق و هوشمند. یک هوش تجاری براساس یک معماری بنگاه تشکیل شده است و در قالب پردازش تحلیلی برخط (OLAP) به تحلیل داده های تجاری و اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند می‌پردازد. هوش تجاری، نه به عنوان یک محصول و نه به عنوان یک سیستم، بلکه به عنوان یک معماری و رویکردی جدید موردنظر است که البته شامل مجموعه ای از برنامه های کاربردی و تحلیلی است که به استناد پایگاههای داده عملیاتی و تحلیلی به اخذ و کمک به تصمیم گیری برای فعالیتهای هوشمند تجاری و کسب و کار می پردازند. اما هوش تجاری از مناظر دیگر: از منظر معماری و فرایند به هوش تجاری به عنوان یک چارچوب که عامل افزایش کارایی سازمان و یکپارچگی فرایندها و نهایتا بر فرایندهای تصمیم گیری در سطوح مختلف سازمانی متمرکز است، نگریسته می شود. بازار هوش تجاری را ابزاری برای برتری رقابتی و پایشگر و تحلیلگر بازار و مشتریان می داند. از نقطه نظر فناوری نیز هوش تجاری یک سیستم هوشمند است که با پردازش دقیق داده ها، نقطه دخالت سخت افزار و نرم افزار در مغز افزار ها به حساب می آید. ولی به بیان ساده تر هوش تجاری چیزی نیست مگر فرایند بالابردن سود دهی سازمان در بازار رقابتی با استفاده هوشمندانه از داده‌های موجود در فرایند تصمیم گیری. در صورتی که مفهوم هوش تجاری بدرستی درک و منتقل نگردد، موجب می شود تا انتظارات مدیران به صورت ناگهانی افزایش یابد و برآورده نشدن این توقعات مواردی را از جمله سلب اطمینان افراد و بویژه مدیران از این سیستم به دنبال خواهد داشت؛ چرا که هوش تجاری فقط به دنبال کوتاه کردن مسیر های پرس و جو در داخل اطلاعات است و خود مستقلا و بدون نیاز به اطلاعات مناسب قادر به ارائه پیشنهاد یا راهکاری نیست.

تعیین گرایشهای تجاری سازمان که از پیامدهای استفاده از هوش تجاری استموجب می شود که سازمان بدون اتلاف وقت و هزینهدر سایر مسیرها به دنبال اهداف کلان متمرکز شود.

ضرورت استفاده از هوش تجاری در سازمانهاهمانطور که از تعاریف متعدد استنباط می شود، هوش تجاری در قالب هر تعریفی به دنبال افزایش سودآوری سازمان با استفاده از اتخاذ تصمیمات هوشمند و دقیق است و به طور اعم می توان اهداف زیر را برای این رویکرد نوین عنوان کرد:۱ – تعیین گرایشهای تجاری سازمان که موجب می شود تا سازمان بدون اتلاف وقت و هزینه و انرژی در سایر مسیرها به دنبال اهداف کلان و اساسی خود متمرکز شود.-۲ تحلیل عمیق بازار.-۳ پیش بینی بازار که می تواند قبل از اینکه رقبا سهم بازار خود را توسعه دهند، منافع جدید به وجود آمده در بازار را عاید سازمان کند.-۴ بالابردن سطح رضایتمندی مشتریان که می تواند موجبات استمرار کسب و کار باشد و از دست دادن این اعتماد و رضایتمندی مراتبی را برای بنگاه به همراه دارد.-۵ شناسایی مشتریان دائمی که وفادارند، می توان با پیگیری رفتار آنان، جهت‌گیریهای کلان و استراتژیک را انجام داد.-۶ تقسیم بندی مشتریان و متعاقبا ایجاد تنوع در روش برخورد با هرگروه از مشتریان.-۷ افزایش کارایی سازمان در امور داخلی و شفاف سازی رویه فرایندهای کلیدی.-۸ استانداردسازی و ایجاد سازگاری بین ساختارهای سازمان.-۹ تسهیل در تصمیم گیری که جزء

اهداف اساسی هوش تجاری محسوب می‌شود.۱۰ – تشخیص زود هنگام خطرات قبل از اینکه سازمان را به مخاطرات جدی بکشاند و شناسایی فرصتهای کسب و کار قبل از اینکه رقبا آن را تصاحب کنند.با توجه به موارد فوق می توان گفت که احساس نیاز به وجود هوش تجاری در سازمان برای اولین بار در سطوح بالای مدیریتی احساس می شود و از بالای هرم ساختار سازمانی به بخشهای زیرین منتقل می شود، ولی برای ایجاد آن می‌بایست از پایین‌ترین سطوح و لایه ها شروع کرد.مهمترین نیاز یک مدیر،داشتن اطلاعات دقیق برای اتخاذ تصمیم درست است. فرایند تصمیم گیری می تواند به سه بخش کلی زیر تقسیم شود. با توجه به انواع مختلف تصمیم گیری (بر اساس میزان ساخت یافته بودن آن) هر یک از بخشهای اهمیت متفاوتی خواهند داشت.–۱ دسترسی، جمع آوری و پالایش داده ها و اطلاعات مورد نیاز؛–۲ پردازش، تحلیل و نتیجه گیری بر اساس دانش؛–۳ اعمال نتیجه و نظارت بر پیامدهای اجرای آن.در هر یک از موارد فوق، سازمانهای قدیمی که از هوش تجاری استفاده نمی کنند، دارای مشکلاتی هستند که اغلب از عواملی چون حجیم بودن داده ها، پیچیدگی در تحلیلها و ناتوانی در ردگیری نتایج فرایندها و پیامدهای تصمیمات گرفته شده، نشئت می گیرند. هوش تجاری با کمک به حل مشکلات فوق، به دلیل ساختاری که در سازمان به وجود می آورد، فرصتهای جدیدی نیز برای رشد سازمان ایجاد می کند و نه تنها عامل حذف مشکلات است، بلکه با صرفه جویی در زمان و هزینه، شرایط کاری را دگرگون می سازد.

اجزا و مهارت های لازم برای ارتقای هوشمندی کسب و کاربرای اینکه یک سیستم با هوش تجاری بدرستی عمل کند، با شناخت موقعیتها که چه اطلاعاتی در اختیار چه افرادی قرار گیرد، باید روابط بین افراد و اطلاعات و روند اجرای پروسه ها بدقت مورد بررسی قرار گیرد.هوش تجاری در سازمان، کلیه کاربران و همینطور روابط بین آنان را در نظر دارد تا زنجیره ارزش بنگاه به کمال پوشش داده شود و فرایندی از قلم نیفتد.برای اجرای هر گونه فرایند بهبود در سازمان می بایست مهارتهایی خاص آن فرایند ترتیب داده شود که البته برای فرایندهای کلان نظیر هوشمندی کسب و کار دقت نظر خاصی مورد نیاز است.مهارتهای کسب و کار اعم است از روال کسب و کار و ارتباط با استراتژی سازمانی به همراه فرایندهای دگرگون‌سازی، که در تعیین خط مشی سازمانی بسیار حائز اهمیت است. مهارتهای فناوری اطلاعات که به صورت فنی به مدیریت تغییر کمک می‌کند و پشتیبان متدولوژی های تحلیل است نیز می بایست، در سازمان به حدی کافی موجود باشد. مهارت دیگری باعنوان مهارتهای تحلیلی شامل خلاصه سازی تحلیل و کاوش و تشریح درست، به اندازه سایر مهارتها قابل ملاحظه است که این سه نوع مهارت در برخی بنگاهها دارای یک مرکز تلاقی هستند که آن دقیقا مرکز ارتقای هوشمندی کسب و کار تلقی می شود و هرچه وسیع تر باشد، مسلما هوشمندی کسب و کار در سازمان بیشتر و هرچند کوچکتر باشد هوشمندی در آن کسب و کار کمتر وجود دارد (شکل ۱) البته در برخی از سازمانها که جزیره‌ای عمل می‌کنند محدوده هریک از این مهارت هرچند که وسیع باشند، ولی هیچ همپوشانی ندارند و مسلما اجرای اینگونه طرحها (هوش تجاری) در این سازمانها تعریفی ندارد، چون شرط اصلی استفاده از فناوری نوین هوش تجاری، کار در محیط رقابتی است و شرکتهایی که به صورت جزیره ای عمل می کنند، اصولا در این محیط نمی توانند وارد شوند.نقش هوشمندی را در کسب و کارها می توان به صورت زیر مشاهد کرد :اگر سازمان در لایه های زیرساختی و تراکنشی خود از فناوری استخراج و انتقال و تبدیل داده ها استفاده کند و بستری از هوش تجاری را در تکنولوژی داده کاوی فراهم آورده باشد و همچنین ابزار BI را مبتنی بر فناوری اطلاعات و مشتری‌گرایی به کار گیرد، هوشمندی در این کسب و کار کارآمد خواهدبود.چنانچه در بستر BI از استانداردها و برنامه های کاربردی، راهبردی، عملیاتی، تحلیلی نیز استفاده شود، هوشمندی در این کسب و کار اثربخش است. زمانی هوشمندی نقش اهرمی را در کسب و کار به عهده می گیرد که عملکرد به دقت ارزیابی شود و فرهنگ سازی در بین کاربران آغاز شده باشد. درنهایت برای تحقق این هدف می بایست متودولوژی BI و مهارتهای آن در بدنه سازمان مستقر شود.هنگامی که سازمان به سمت اهداف جهانی سازی با استفاده از مجازی شدن متمایل شود و پا از ساختمانهای فیزیکی به عرصه

مجازی نهاده شود، می تواند روند اجرای فرایندهای درون سازمان خود را به حد اعلا شفاف و نقش هوشمندی را یک نقش رقابتی سازد، بنابراین با این نقطه قوت با رقبا به رقابت بپردازد.

اهمیت استراتژیک هوش تجاری در تصمیمات سازمانرشد تصمیم گیری سازمان معمولا بدین ترتیب است که پایین ترین سطح انجام فعالیتهای تجاری یک سازمان، سطح عملیاتی است که فرایند در دفعات بالا و معمولا به صورت تکراری در رده های پایین سازمان انجام می شود و معمولا با حجم کمی از داده ها سر و کار دارند. تصمیمات گرفته شده در این سطوح غالبا در حوزه مسائل ساخت یافته و توسط مدیران رده پایین اتخاذ می شود. نتایج حاصل از این تصمیمات، تاثیرات کوتاه مدت و خرد در سازمان دارند.

مشتریان، رقباشرکای تجاری، محیط اقتصادی و کارکنان داخلی ازجمله عوامل موثر بر هوش تجاری سازمان هستند.

سطح تاکتیکی در سازمان مربوط به عملیاتی است که در حوزه مدیران میانی انجام می شود. این عملیات می تواند شامل پیگیری عملیات در سطح پایین، نحوه انجام آن، گزارش گیری و نهایتا جمع بندی داده‌های مفید برای اتخاذ تصمیمات میان مدت سازمان باشد. تصمیمات گرفته شده در این سطح غالبا در حوزه مسائل نیمه ساخت یافته و توسط مدیران میانی اتخاذ می شود و نهایتا بالا‌ترین سطح استراتژیک مربوط به تصمیم گیریهای کلان سازمان است که توسط مدیران رده بالا‌ اتخاذ می‌شود. این نوع استفاده‌ها در دفعات کم و در دوره های طولانی انجام می شود، اما ممکن است با حجم بالایی از اطلاعات و پردازشها همراه باشد. تصمیمات گرفته شده در این سطوح غالبا در حوزه مسائل غیر ساخت یافته و توسط مدیران ارشد انجام می شود و نتایج حاصله تاثیرات بلند مدت و کلانی در مسیر حرکت سازمان دارند.کاربرد هوش تجاری در سطح استراتژیک را می توان به نوعی برای کمک به افزایش کارایی کلی سازمان و بهینه سازی فرایندها در کنار یکدیگر، در نظر گرفت. این سیستم ها روی برخی ویژگیهای مهم مالی و سایر پارامترهای مهم دیگر در افزایش کارایی سازمان متمرکز می شوند. بدیهی است که سیستم در این سطوح می‌بایست فرایندهای خارجی سازمان را نیز در بر بگیرد. خصوصیات مختلف برنامه‌های کاربردی در مقاطع مختلف سازمان، باعث ایجاد تفاوتهایی در ابزارها، تکنیک ها و زیرساختهای مورد نیاز برای هر یک از آنها می شود. استفاده از ابزارهای تحلیلی و هوشمند بیشتر در سطح بالا انجام می شود که نیازمند پردازشهای بالا با میزان دسترسی انبوهی از اطلاعات در سطوح استراتژیک و تاکتیکی بیشتر از عملیاتی است. بخش عملیاتی هوش تجاری بیشتر وظیفه جمع آوری اطلاعات و ذخیره سازی آنها را در و یا پایگاه داده های خصوصی بر عهده دارد.

تکنیک‌های تسهیل تصمیم گیری هوش تجاریدر هر دقیقه، دوهزار صفحه مطلب علمی به حجم اطلاعات شبکه اینترنت افزوده می‌شود. هر روز بیش از ۳۰۰ میلیون صفحه در اینترنت فرستاده می‌شود و تقریبا ۵ سال طول می‌کشد که بتوان مقالات و مطالب به روز شده در ۲۴ ساعت را به تمامی خواند. بنابراین تمام اطلاعات از چنین نرخ رشدی برخوردارند. در بخشهای تحقیق و توسعه اغلب یک گروه چند نفری شروع به جمع آوری اطلاعات مورد نیاز می‌کنند و شاید اطلاعاتی مشابه، اما با نامهای مختلف را بایگانی کنند و معمولا چندین و چند بار در این گروهها دوباره و چند باره کاری اتفاق می‌افتد.در عصری که زمان، کلید اصلی در تجارت است، شرکتها به استفاده از ابزارهای اطلاعاتی روی آورده اند تا بتوانند اطلاعات مورد نظر را بسرعت ازمنابع استخراج کنند هوش تجاری در امر تصمیم گیری در سطوح مختلف سازمان بویژه سطوح مدیران ارشد با تحلیل اطلاعات و روشهای پرس و جو تسهیلات زیادی را فراهم می کند که متداولترین این روشها به قرار زیر است:* On-Line Analytical Processing (OLAP)*On-Line Transaction Processing (OLTP)* Data Warehousing (DW)* Data Mining (DM)* Intelligent Decision Support System (IDSS) *Intelligent Agent (IA)*Knowledge

Management System (KMS)*Supply Chain Management (SCM)*Customer Relationship Management (CRM)*Enterprise Resource Planning (ERP)*Enterprise Information Management (EIM)لازم به ذکر است، صرف وجود تمام این تکنیک ها در سطح سازمان بدون در نظر داشتن فرهنگ سازمان و رویکرد سیستمی موجود بین کارکنان نمی‌تواند اثبات کننده هوشمندی کسب و کار آن سازمان باشد. به همین علت است که برای هوش تجاری از کلمات استقرار و پیاده سازی استفاده می کنند نه از کلمه نصب؛ چراکه عواملی دیگر نیز غیر از بسته های نرم افزاری در درست کار کردن هوش تجاری موثرند و به همین منظور در تعاریف آن را رویکرد معماری نوین نامیده اند، زیرا از ابتدای فرایند تدوین داده ها تا مراحل ذخیره سازی و فراخوانی مجدد و استخراج دانش مورد نیاز، هوشمندی، رفتار ملموس است.مواردی مانند زیرساختهای سازمان و یا فرهنگ سازمان در پیاده‌سازی هوش تجاری بسیار نقش قابل ملاحظه و حساسی را ایفا می کنند برای موفقیت در استقرار و کارایی یک سیستم BI در یک سازمان باید برخی موارد از ریشه های فرهنگی سازمان تغییر کند، چون این موارد در میزان بهره‌وری سیستم هوش تجاری نقش بسزایی خواهند داشت. برخی موارد مانند تلقی سازمان از اطلاعات که به عنوان یکی از مهمترین منابع سازمانی محسوب می‌شود و نوآوری که در سازمان باید بخشی از کار تجاری سازمان تلقی شود و نوع تفکر سازمان در مورد اطلاعات و نوآوری مسلما در بسته‌های نرم‌افزاری وجود ندارند، بلکه باید در لابه لای لایه‌های زیرساخت سازمان فرهنگ سازی و لحاظ گردند.

عوامل موثر بر هوش تجاری سازمانهمانطور که یک رویکرد سیستمی دقیق و به روز مانند هوش تجاری می تواند بر کارایی و عملکرد سازمان تاثیرات زیادی بگذارد، بسیاری از عوامل و نیز بر میزان کارایی هوش تجاری سازمان تاثیر گذارند، از جمله این عوامل می توان به مشتریان، رقبا، شرکا تجاری، محیط اقتصادی و کارکنان داخلی اشاره کرد. با توجه به این نکته که هیچ کسب و کاری بدون مشتری معنا ندارد، پایش رفتار مشتریان و مخصوصا شناسایی آنان از حیث دائمی یا موقتی بودن می تواند در پیش بینی میزان دقیق عرضه و تنظیم میزان تقاضا بسیار کارامد واقع شود. بنابراین تکنیک‌های سیستم های حمایت تصمیم‌گیری هوشمند (IDSS) و مدیریت ارتباط با مشتری که در متن معماری هوش تجاری نهفته است، می توانند روند حرکت سازمان را با عقاید و علایق مشتریان همگام کنند. نداشتن اطلاعات کافی در رابطه با مشتریان مانند اینکه: مشتریان واقعی چه کسانی هستند؟ این مشتریان چه کالاهایی و در چه زمانی می‌خرند؟ چگونه می توان الگوهای خرید مشتری را استخراج کرد؟ چگونه می‌توان میزان وفاداری مشتری را بالا برد؟، معضلات فراوانی را در اجرای چنین رویکردهای نوینی به بار خواهد آورد.

هوش تجاری در سازمانکلیه کاربران و همچنین روابط بین آنها را در نظر دارد تا زنجیره ارزش بنگاه به کمال پوشش داده شود

با توجه به این منطق که اگر به هر تحلیلگری در قالب سیستم یا سازمان، اطلاعات ناقص یا اشتباه وارد شود، خروجی آن هرگز قابل ارزیابی مطلوب نخواهد بود و اگر بهترین ساز و کارها در اختیار افراد نا مناسب قرار گیرد، مطمئنا ضمن کاهش عمر مفید کاری آنها، کارایی قابل توجهی هم نخواهند داشت، پس با توجه به آثار هوش تجاری بر سازمان باید بر تاثیرات عوامل متعدد داخلی و خارجی سازمان بر هوش تجاری مطالعه کرد تا سازمان باوجود صرف هزینه و زمان هنگفت برای ایجاد تغییرات کلی، در خروجی دچار خسارات جبران ناپذیری نشود؛ چراکه تصمیمات اساسی و استراتژیک در سازمانها با بهبود قسمتی از آن بسیار متفاوت است. این تصمیمات استراتژیک روند تفکر و حرکت سازمان را به کل تغییر می‌دهند و در صورت شکست، رجوع به نقطه اول و اصلاح اشتباهات یا تغییر جدید امکان پذیر نیست، زیرا تغییر فرهنگ سازمانی و نگرش افراد مستلزم برداشتن گامهای طولانی مدت و

برنامه‌ریزی شده است. بنابراین کم تخمین زدن تاثیرات عوامل به نظر کوچک می تواند پایان یک راه امیدوارکننده و روشن را تیره و تار کند. ممکن است سازمانها در مواردی مشابه باشند، ولی هرگز دقیقا عملکرد یکسانی نداشته باشند و حتی اگر عملکردشان نیز بسیار به هم مشابه باشد، محیط فعالیت متفاوت یا خاص باشد و با توجه به سایر موارد باید اینگونه معماریهای بنیادین را طبق زیرساختها و ویژگیهای سازمان، طراحی، برنامه‌ریزی و پیاده سازی کرد.

نتیجه گیریدر این مقاله سعی بر آن شده است تا با ارائه توان فناوری جدید هوش تجاری و معرفی برخی مزایا و محسنات آن و تمرکز آن بر تصمیمات سازمانی - بویژه تصمیمات کلان که توسط مدیران رده بالا گرفته می شود - بتوان سختیهای کسب و کار امروز را تحلیل کرد تا توسط ارزیابی و تحلیلهای این فناوری جدید هوشمند ، قبل از اینکه مخاطرات، سازمان را تهدید کنند و صدمات اقتصادی گزاف آنها مانع از بازار مناسب و باعث کاهش کیفیت عملکرد شود، آنها را پیش بینی و چاره جویی کرد و همچنین پیش از آنکه فرصتها توسط چشمان ریزبین و دقیق رقبا شناسایی شوند و فرصت رشد و ترقی از سازمان گرفته شود، آنها را به دست آورد که البته این اهداف صرفا با اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند و در آمدن از رویای خوش تداوم ابدی شیوه کسب و کار تحقق خواهد یافت.

منابع:

۱ .- Knowledge Management and Project Management, SCHOENERT, SILKE.۲ www.businessobjects.com۳ .www.elite.com۴. www.wipro.co.in۵. www.rsearch.ibm.com۶ .www.developer.com

*تدبیر

زندگی و حمل و نقل در شهر هوشمند

نویسنده : مسعود عزمی

شهر الکترونیک، شهری ۲۴ ساعته است که امور شهری در تمام شبانه‌روز در آن جریان دارد. شهروندان می‌توانند از طریق اینترنت، در هر زمان و هر مکان به اطلاعات و خدمات آموزشی، تفریحی، تجاری، اداری، بهداشتی و ... موردنیاز خود دسترسی پیدا کنند.

زندگی و حمل و نقل در شهر هوشمند «شهر الکترونیک»، «شهر هوشمند»، «شهر مجازی» و ... واژه‌هایی هستند که «شهروند الکترونیک» را به دنیای جدید و زندگی در شهرهای مدرن، دعوت می‌کنند، شهری که در آن می‌توان به طور آنلاین خرید کرد، حساب‌های خود را آنلاین پرداخت کرد، آنلاین جلسه برگزار کرد و حتی آنلاین سفر کرد. شهر الکترونیک ما را از دنیای یک بعدی شهرهای سنتی و امروزی، به دنیای دو بعدی می‌برد که دستاورد فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات دنیای اینترنتی است.

شهر الکترونیک، شهری ۲۴ ساعته است که امور شهری در تمام شبانه‌روز در آن جریان دارد. شهروندان می‌توانند از طریق اینترنت، در هر زمان و هر مکان به اطلاعات و خدمات آموزشی، تفریحی، تجاری، اداری، بهداشتی و ... موردنیاز خود دسترسی پیدا کنند.

در شهر الکترونیک، پلیس همیشه در دسترس است. شهروندان می‌توانند ناامنی‌های به‌وجود آمده را گزارش دهند تا در اسرع وقت مورد بررسی قرار گیرد. وقتی اکثر کارهای روزمره را بتوان از طریق اینترنت و در منزل انجام داد زندگی بسیار راحت‌تر خواهد شد. از آنجا که رفت‌وآمدهای شهری در شهر الکترونیک به حداقل می‌رسد، تاثیرات مخرب وسایل نقلیه بر محیط‌زیست نیز کاهش می‌یابد و محیطی زیباتر و طبیعی‌تر برای زندگی شهروندان به وجود خواهد آمد. «کارت‌های هوشمند»، «بانکداری الکترونیک»، «آموزش الکترونیک»، «سلامت الکترونیک»، «تجارت الکترونیک»، «دولت الکترونیک» و ... واژه‌هایی هستند که هر روزه به گوش ما می‌رسند، اما تمام اینها وقتی در شهری واحد کنار هم جمع می‌شوند، «شهر الکترونیک» را به‌وجود می‌آورند. ارائه خدمات با

سرعت و کارایی بالا در حوزه شهر، همزمان با کاهش هزینه‌ها و ترافیک، آلودگی‌ها و ... در شهر الکترونیک متصور است. فراهم آوردن زیرساخت‌های ارتباطی، شبکهافزار، نرم‌افزار، انسانافزار، زیرساخت‌های امنیتی و توسعه نهادهای اطلاعاتی از جمله پیشزمینه‌های ایجاد شهر الکترونیک است. شهرها، برحسب میزان استفاده از خدمات الکترونیک طبقه‌بندی می‌شوند. در برخی مناطق دنیا نظیر آمریکا، نمونه‌های موفقی از شهرهای الکترونیک وجود دارد. ایجاد شهرهای هوشمند یکی از مهم‌ترین اهداف فناوری اطلاعات است که شهرداری‌ها نقش عمده‌ای در تحقق آن دارند ● حمل و نقل هوشمند سیستم‌های حمل و نقل هوشمند (ITS) مجموعه‌ای از بهکارگیری فناوری‌های روز نظیر دوربین دیجیتال، سیستم‌های موقعیت‌یاب ماهواره‌ای (GPS) و الگوریتم‌های هوشمند مورد استفاده در کامپیوتر است که امروزه جایگزین سیستم‌های سنتی و دستی گذشته شده و راهکاری برای بهبود وضعیت ترافیک، افزایش ایمنی، کاهش مصرف سوخت و کاهش آلودگی هواست. در شهر دیجیتال، کنترل و برنامه‌ریزی چراغ‌های راهنمایی داخل شهرها، برای مدیریت، روانسازی و بهینه‌سازی جریان ترافیک، براساس حجم و میزان تراکم خودروها که توسط حسگرهای گوناگونی که در زیرسطح جاده و یا در حواشی آن نصب شده‌اند، سنجیده شده و برای پردازش و اخذ تصمیم، توسط ابزار ارتباطی نظیر فیبرنوری یا به صورت بیسیم به مراکز کنترل مرکزی ارسال می‌شود و در آنجا براساس اصول مدیریت ترافیک و محاسبات فازبندی چراغ‌ها توسط نرم‌افزارهای مربوطه و با در نظر گرفتن شرایط متفاوت، زمان بهینه توقف پشت چراغ و حرکت در شبکه معابر منطقه در وضعیت سبز، پردازش و دستورات لازم به دستگاه‌های کنترل‌کننده چراغ‌ها ارسال می‌شود. هم‌اکنون در سراسر دنیا استفاده از سیستم کنترل هوشمند چراغ‌های راهنمایی به عنوان ابزاری برای کاهش میزان تاخیر در شبکه راه‌های شهری مطرح و در بیش از ۶۵ کلان شهر مهم جهان بیش از ۱۲ هزار تقاطع را تحت پوشش دارد. در تهران از حدود ۵ سال پیش، عملیات نصب و راه‌اندازی سیستم‌های کنترل هوشمند چراغ‌های راهنمایی شروع شده و در حال حاضر بیش از ۳۰۰ تقاطع مجهز به سیستم‌های هوشمند هستند. در شهر الکترونیک، تمام خودروها به سیستم موقعیتیاب محلی (GPS) مجهز می‌شوند و در تمام طول مسیر از قدرت تشخیص موقعیت جغرافیایی خود برخوردار خواهند بود و به این ترتیب پلیس نیز توان مدیریت ترافیک را براحتی خواهد داشت. علاوه براین، در چنین سیستمی اصولاً تصادفی رخ نمی‌دهد، زیرا در صورت احتمال بروز برخورد میان دو متحرک با اعلام خطر بموقع در یک کیلومتر قبل از محل پیش‌بینی تصادف، از بروز حادثه جلوگیری می‌شود. در واقع با این روش حوادث رانندگی تحت کنترل درآمده و حتی در صورت وقوع روی نمایشگر پلیس ثبت می‌شود و نیازی به اطلاع‌رسانی مجدد نیست. بنابراین، علاوه بر افزایش سرعت رسیدن پلیس به محل حادثه، دیگر نیازی به کشیدن کروکی نخواهد بود و همین امر کار شرکت‌های بیمه را سهل‌تر از گذشته می‌کند. همچنین، تصور کنید در شهر دیجیتالی، وجود سیستم هوشمند تا چه حدی می‌تواند خدمات اورژانسی را گسترش دهد. مثلاً، فردی را در نظر بگیرید که از یک طرف دچار عارضه قلبی شده و هر ثانیه برای او حکم مرگ و زندگی دارد و از سوی دیگر، مرکز اورژانس نمی‌تواند در مورد صحت هر تماس تلفنی اطمینان حاصل کند. در این شرایط، سیستم هوشمند به مرکز اورژانس این امکان را می‌دهد که به مجرد برقراری تماس تلفنی، محل سکونت تماسگیرنده و حتی نام مالک آن روی نمایشگر مرکز اورژانس حک شود. از سوی دیگر، محل حادثه نیز روی نمایشگر آمبولانس قرار می‌گیرد و سیستم اطلاعرسانی جغرافیایی (GIS) نیز به مرکز اورژانس اطلاع می‌دهد که نزدیک‌ترین آمبولانس به شخص حادثهدیده کدام است و کوتاه‌ترین مسیر تا مقصد و نزدیک‌ترین مرکز فوریت‌های پزشکی و بیمارستان نیز مشخص می‌شود. بنابراین، با استفاده از سیستم ناوبری هوشمند در لوای طرح شهر هوشمند، اطلاعات مکانی، مسیر حرکت، سرعت و موقعیت مربوط به وسایل نقلیه از جمله وسایل نقلیه عمومی، پلیس، آتشنشانی، آمبولانس‌ها، اتوبوس‌ها و دیگر وسایل، قابل دریافت است. اهمیت این موضوع هنگامی بیشتر روشن می‌شود که توجه داشته باشیم سیستم‌های ناوبری مطلوب، آن دسته از سیستم‌هایی هستند که امکان تغییر نقشه و استفاده از نقشه‌های موجود و به روز کشور، قابلیت حمل و نقل و قیمت قابلقبول و مناسب داشته و در بازار نیز براحتی در دسترس

باشند. سیستم موقعیت‌یاب جهانی یا GPS در حملونقل شهر دیجیتالی، نقش اساسی ایفا می‌کند. نحوه کار سیستم مذکور این‌گونه است که هر جایی که بیشتر از ۴ ماهواره وجود داشته باشد، موقعیت قابل تشخیص است. در حال حاضر، در ایران از تمام ماهواره‌های جهان استفاده می‌شود. به بیان دیگر سیستم GPS از خدمات و اطلاعات ۲۴ ماهواره که به طور مداوم در حال چرخش در مدار زمین هستند استفاده می‌کند. این ماهواره‌ها تنها برای ایران نمی‌چرخند بلکه تمام کشورهای جهان می‌توانند از خدمات آنها استفاده کنند و گیرنده GPS براحتی می‌تواند تمام اطلاعات را دریافت کند. GPS در واقع دستگاهی است که از طریق ماهواره قادر به موقعیت‌یابی است و هر چه تعداد ماهواره‌ها بیشتر باشد، دقت هندسی نقطه موردنظر، بیشتر خواهد بود. پس از انجام عملیات موقعیتیابی، اطلاعات دریافت شده روی نقشه‌های دیجیتالی ثبت می‌شود. به این ترتیب، شخص و خودروی وی، صاحب شخصیت مکانی می‌شوند ●. شهرسازی الکترونیک به طور کلی اجرای طرح شهر هوشمند به این معناست که تمام خدمات موردنیاز ساکنان از طریق شبکه‌های اطلاع‌رسانی تامین شود. به این ترتیب دیگر نیازی به حرکت فیزیکی شهروندان برای دسترسی به خدمات دولت و نهادهای خصوصی نیست. به بیانی دیگر ادارات دیجیتالی جایگزین ادارات فیزیکی می‌شوند و سازمان‌ها و دستگاه‌هایی همچون شهرداری، حمل و نقل عمومی و سازمان آب منطقه‌ای، خدمات خود را به صورت مجازی در اختیار مشترکین و مشتریان خود قرار می‌دهند. برای مثال فردی که به دنبال ساخت ساختمان و متقاضی دریافت مجوز از شهرداری است پس از ورود به شبکه اطلاع‌رسانی شهرداری، خدمات موردنیاز خود به همراه مشخصات زمین تحت مالکیت و ساختمان دلخواه خود را وارد شبکه می‌کند. سپس شهرداری الکترونیک براساس استانداردهای موجود، میزان مساحت قابل ساخت و طبقات ساختمان را به متقاضی اعلام می‌کند و در نهایت فرد متقاضی براساس مجوز شهرداری با ورود به شبکه مهندسان مشاور با یکی از شرکت‌های مشاور بر اساس طرح و قیمت مناسب به توافق می‌رسد. در این مرحله، متقاضی حتی قادر است طرح ارائه شده از سوی مهندس مشاور را به صورت سه‌بعدی روی صفحه نمایشگر مشاهده و اصلاحات دلخواه خود را اعمال کند. این طرح پس از تایید از سوی شهرداری الکترونیک و صدور مجوز با ورود به شبکه امور پیمانکاران و با انتخاب بهترین پیشنهاد از لحاظ قیمت به مرحله عقد قرارداد رسیده و سپس به اجرا درمی‌آید. حتی ارائه گزارش کار از سوی پیمانکار به کارفرما نیز می‌تواند از طریق شبکه صورت پذیرد. کل این فرایند در شبکه هوشمند می‌تواند در کمتر از ۲ ساعت به پایان رسد، در حالی که در شرایط عادی در شهر تهران مراحل یاد شده به ۱ تا ۲ سال زمان نیاز دارد و طبق آماری که همیشه از سوی مسئولان شهرداری منتشر می‌شود، بیش‌ترین آمار مراجعه مردم به شهرداری تهران در رابطه با مسایل شهرسازی است که در واقع با استناد به سخنان شهردار تهران بیشترین نارضایتی هم در این حوزه وجود دارد، در شهر هوشمند بروکراسی اداری به نحوی بسیار چشمگیر کاهش می‌یابد و میزان رضایتمندی مردم نیز متقابلاً افزایش خواهد یافت. ضمن اینکه در سایه کاهش هزینه‌های اداری فضای جدید در جهت اشتغالزایی ایجاد می‌شود. امروزه، اگر کسی در شهر مجازی تصمیم به اجرای پروژه‌ای صنعتی داشته باشد، کاری را که مهندسان مشاور در شهرهای حقیقی برای یافتن بهترین نقطه برای احداث کارخانه، ظرف یک سال انجام می‌دهند در کوتاه‌ترین زمان ممکن، اطلاعات مربوط به نزدیک‌ترین گسل، مسیل، طوفان‌ها، جنس خاک، شیب زمین، گاز، لوله‌های آب، کابل‌های برق، و مترو، فاضلاب و سایر اطلاعات زیرزمینی را به دست می‌آورند. در شهر هوشمند، علاوه بر اینکه شهروندان در شهر مجازی و در وزارتخانه‌ها و سازمان‌های الکترونیک حرکت می‌کنند، قادرند خدمات جاری خود را همچون خریدهای روزمره از طریق شبکه انجام دهند ●. شهروند الکترونیک با تمام این مسائل، در نهایت این «شهروند الکترونیک» است که باید در این شهر زندگی کند. شهروند الکترونیکی فردی است که با اطلاعات آشنایی داشته باشد و بتواند از خدمات شهر الکترونیک استفاده کند. «مانوئل کاستلز» محقق اسپانیاییالاصل آمریکایی معتقد است: «شهر اطلاعاتی، نیازمند شهروندان اطلاعاتی است» تنها با این پیش‌نیاز باید پا به دنیای آنلاین گذاشت. منبع: نویسنده : مسعود عزمی

منابع ۱.www.sarmayeh.net ۳. www.itsiran.ir ۲. www.itna.ir ماهنامه صنعت خودرو

http://www.articles.ir/article۱۰۶۸.aspx*

نقش شبکه های الکترونیکی درتعمیق فعالیت سازمان های غیر دولتی

●مقدمه کاربرد اینترنت، امکانات قدرتمندی در اختیار جامعه مدنی قرار داده است و در این میان، سازمان های غیر دولتی ایرانی به تدریج از فرصت هایی که اینترنت در اختیار آن ها گذاشته است، استفاده می برند. شبکه های الکترونیکی ابزار نیرومندی برای گسترش و تعمیق فعالیت سازمان های غیر دولتی به حساب می آیند و باید پذیرفت که هنوز سازمان های غیر دولتی از مزایای شبکه سازی استفاده چندانی نکرده اند، ولی روند تحول فعالیت سازمان های غیر دولتی در طول سال های اخیر نشان می دهد که گرایش قدرتمندی برای ایجاد شبکه وجود دارد. مریلین کلی در چند جمله مفید ویژگی های منطق شبکه سازی را چنین شرح و بسط می دهد: عصراتم گذشته است. نماد علم در قرن آینده شبکه دینامیک است. در حالی که اتم نمایانگر سادگی منظم است، شبکه، قدرت به هم ریخته پیچیدگی را هدایت می کند. تنها سازمانی که قادر است رشد بدون جهت گیری از پیش تعیین شده با یادگیری بدون راهنما داشته باشد، شبکه است. همه توپولوژی های دیگرآن چه را که ممکن است رخ دهد محدود می کنند. یک ازدحام شبکه ای ، مرزهای متعددی دارد و لذا از هر دو طرف باز و نامحدود است. در واقع، شبکه سازمانی است با کم ترین ساختار و حتی می توان گفت که اصولاـ بدون ساختار است. درحقیقت، مجموعه ای از اجزای حقیقتاً واگرا، تنها دریک شبکه می توانند حاوی تنوع راستینی باشد که به عنوان یک کل عمل می کند. این تعریف بسیار قابل تامل است، زیرا در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد موثر شبکه یعنی همگرایی را تصویر می کند و با نگاهی دقیق تر، جامعه ترکیبی است از شبکه های متعدد: شبکه های میان سازمان ها، شبکه درون سازمانی، شبکه های شخصی، شبکه های رایانه ای و علاوه بر این ها شبکه های فرامرزی.اساساً اطلاعات از طریق همین بزرگراه ها جاری می شود. برخی از محققان از شبکه ها و شبکه سازی به عنوان عوامل تحولات و تغییرات اجتماعی یاد کرده اند و تاکید داشته اند که شبکه ها نقش مهمی در ارتقای اصلاحات و تضمین پایداری آن ها در جوامع دارند، زیرا شبکه ها ابزار قدرتمندی برای تبادل اطلاعات و دانش و ایجاد اجماع در خصوص رهیافت های جدید هستند. از آن جا که شبکه ها، گروه های ذی نفع را در عرصه های مختلف حول یک موضوع گرد می آورند، میزان نفوذ و تاثیر گذاری آن ها براجتماع بیش تر از یک سازمان غیر دولتی منفرد خواهد بود. به نظر می رسد که منطق شبکه ای، عزمی اجتماعی فراهم می آورد و می تواند منابع حیاتی تغییر و تحول در جامعه باشد. شبکه، نوعی همگرایی در عین پذیرش تفاوت موجود میان اعضای شبکه است. سازمان های غیر دولتی ایرانی به تدریج قدم به عرصه اینترنت می گذارند. برخی از داشتن تنها یک پست الکترونیکی آغاز کرده اند و برخی دیگر دارای پایگاه اختصاصی می باشند.برخی از این حد پیش تر رفتند و بخشی از فعالیت های شبکه ای خود را به صورت الکترونیکی به پیش می برند. مجموعه دوره های آموزشی که در مراکز توانمند سازی سازمان های جامعه مدنی ایران در طول ۵ ماه گذشته در خصوص استفاده از اینترنت و کاربردهای آن برگزار شد، حاکی از آن است که این سازمان ها علاقه بسیار زیادی به حضور فعال در اینترنت دارند، اما علاقه کافی نیست، زیرا شبکه سازی یک هنر است. سازمان های غیر دولتی باید دانش لازم را برای کارکردهای شبکه ای اینترنت به منظور اطلاع رسانی و اطلاع گیری در اختیار داشته باشند ●. اصول اولیه شبکه سازی یک فعالیت ارتباطی افقی است که در آن اعضاء توانایی ارسال اطلاعات به یکدیگر را دارا هستند. آنان می توانند اطلاعات جمع آوری و بریک پایه برابر به تبادل آن بپردازند. شبکه هایی هستند که گاهاًدرآن اطلاعات میان همه اعضاء تبادل نمی شود تا شبکه کوچکتری در میان یک شبکه بزرگتر شکل گیرد. این واقعیتی است که سازمان های غیر دولتی با استفاده از امکانات شگفت انگیز شبکه سازی در دهه آخر قرن بیستم موفق شدن دستاوردهای گرانبهایی از خود به جای بگذارند. مبارزه با مین های ضدنفر، تلاش برای از میان برداشتن بدترین اشکال کار کودکان و ایجاد دیوان کیفری بین المللی، عرصه هایی بوده اند که سازمان های غیر

دولتی نقش به سزایی در پیش برد هدفهای آنها داشته اند. نکته مهم، نوع فعالیت ارتباطی اطلاعاتی این سازمانها است که با تکیه بر شبکه های افقی صورت گرفته است. همه در تبادل اطلاعات سهیم هستند و حاصل کار، قدرت دوچندانی به تمامیت شبکه می دهد. تنها ساز و کار عمودی در این شبکه ها یک کمیته هماهنگی برای تامین مالی و هماهنگی امور برای حضور در کنفرانس ها ، به منظور انعکاس نتایج مباحثات بوده است. نکته ای که بارها در این سالها خاطر نشان شده اینکه اینترنت یک وسیله متصل کننده است و نه یک ابزار تسلط. و چنانکه" فار " خاطر نشان کرده است، که اگر شبکه سازی به یک امر نفرت انگیز تبدیل شود، هرگز باعث افزایش سرمایه اجتماعی نمی شود. شبکه سازی در بستر جریان سیال و آزاد اطلاعات در بستر یک جامعه اطلاعاتی رخ می دهد. بنابراین، جریان آزاد و سیال اطلاعات در درون شبکه ها باید تضمین گردد. در واقع شبکه ها نوعی نمودار سازمانی جدید در یک جامعه اطلاعاتی اند. موهانبرساونی و دوال پاریخ، هوشمندی هر شبکه را در کار آیی آن یعنی در توان توزیع کردن و انبار کردن و پردازش اطلاعات می دانندو این مقدور نیست مگر آن که جریان آزاد و برابر اطلاعات در شبکه میسر باشد. بنابراین، احترم به حرمت فضای خصوصی فردی که از حقوق بنیادین بشر است تضمین کارآیی یک شبکه اطلاعاتی است ●. برخی از مزایای شبکه سازی (در تعمیق فعالیتهای سازمانهای غیر دولتی ▪) کار در فضای اینترنت بسیار ساده و موثر است ▪. جریان سریع اطلاعات یکی از ویژگی های مهم اینترنت و شبکه های الکترونیکی است و سرعت، یکی از عوامل موفقیت است، به ویژه در موقعیت هایی که سازمانهای غیر دولتی نیاز به اقدام فوری دارند یا اطلاع رسانی عمومی باید صورت گیرد. سازمانهای غیر دولتی می توانند از این ویژگی بسیار استفاده برند. شبکه ها زمینه همکاری سازمان های غیر دولتی را به ویژه در یک حوزه خاص فراهم می آورند و به این ترتیب، باعث می شوند که این سازمانها بهتر بتوانند مقاصد انسانی خود را پیش ببرند. شبکه سازی و حضور در شبکه ها باعث افزایش توانایی می شوند، زیرا دانش به سرعت توسط ااعضای شبکه تبادل می شود و سازمان ها با فراگیری دانش، مهارت ها و تجربیات توانمند می شوند. شبکه ها ضریب نفوذ سازمان های غیر دولتی را افزایش می دهند، به ویژه شبکه های موضوعی (مانند تشکیل یک شبکه برای مبارزه با ایدز در کشور و یا شبکه ای برای حفاظت از محیط زیست دریای خزر) می توانند به عنوان عناصر قدرتمند ایجاد تغییر در جامعه ظاهر شوند، زیرا سازمان ها با علایق و تجربیات متفاوت گرد هم می آیند و تخصص ها و توانایی های خود را به مشارکت می گذارند تا راه حلهای عملی برای ایجاد تغییرات مثبت فراهم سازند. برخی از دانشمندان از شبکه ها به عنوان ابزارهای قدرتمند اصلاحات نام برده اند، زیرا شبکه دارای کار کرد ایجاد گردهم آیی در طی زمان است. شبکه های گروه های ذی نفع که نوعی همکاری در عین پذیرش تفاوتها هستند، به پیشبرد اهداف حداقلی سازمان های غیر دولتی کمک بسیاری می کنند. در شبکه های ناهمگون، سازمان های غیر دولتی یکی از گروه های ذی نفع هستند و کارشناسان دولتی، مدیران شرکت های خصوصی، اساتید دانشگاه ها و محققان، سیاستگذاران در کنار سازمان های غیر دولتی به تبادل نظر می پردازند. شبکه هامی توانند مشارکت سازمان های غیر دولتی را در همایشها و کنفرانس های جهانی (به ویژه مجموعه کنفرانس های جهانی که سازمان ملل متحد برگزار می کند)، تسهیل نمایند. اعتبار به دست آمده از عضویت جمعی، عموماً و به مراتب بیشتر از اعتبار ناشی از فعالیت یک سازمان به تنهایی است. شبکه ها می توانند ابزاری برای حمایت از اعضای خود باشند، به ویژه برای سازمانهایی که به واسطه فعالیتهای خود آسیب پذیرند. از آنجا که شبکه ها در دسترس همگان هستند، می توانند در افزایش آگاهی عمومی ،نقش مهمی را ایفا نمایند. شبکه های الکترونیکی می توانند در تامین مالی فعالیت های سازمان های غیر دولتی موثر باشند"، کمک دهنده ها"به مجموعه فعالیتهای سازمان ها دسترسی و شناخت بهتری از فعالیت های آنها داشته باشند و به شبکه ها بهتر از سازمان های منفرد کمک کنند. سر انجام این شبکه ها باعث افزایش نوآوری می شوند، زیرا یک بستر ارتباط دائمی میان اجزا،برقرار می شود و همواره این احتمال وجود دارد که از میان گفتگوهایی که در فضای شبکه صورت می گیرد، دیدگاه های نوآورانه جدیدی مطرح شوند ●. اشکال شبکه ها شبکه ها می توانند شکل های مختلفی داشته باشند شبکه ها با

عضویت باز(در این شبکه ها، علاوه بر سازمان های غیر دولتی، رسانه ها و افراد نیز می توانند حضور یابند) و برخی دیگر با عضویت بسته هستند (مانند شبکه های خاصی که میان سازمان های غیر دولتی و فقط با عضویت این سازمان ها شکل می گیرد.) برخی دارای دسترسی باز هستند (اطلاعات درون شبکه قابل برای افراد دارای رمز عبور قابل استفاده است.) شبکه می توانـد در درون یک سازمان غیر دولتی شکل گیرد و اعضای سازمان می توانداعضای فعال شبکه باشند. برای مثال، در حال حاضر سازمان هایی در ایران وجود دارند که بیش از ۵ هزار عضو دارنـد، اما هنوز یک بستر مناسب ارتباطی برای اطلاع رسانی اعضای خود و نیز تسهیل مشارکت اعضاء در برنامه های سازمان ندارنـد. شبکه های درون سازمانی، قـدرت و توان سازمان را چندین برابر می کنند. برخی از شبکه ها ناهمگون هستند و مجموعه ای از صاحبان منافع در آن ها عضو می شونـد.شبکه ها می تواننـد حول اجرای یک برنامه یا حول یک موضوع (توافق بر سر حداقل هایا حداکثر) شکل گیرنـد. برخی از شبکه هـا ملی، برخی دیگر، منطقه ای و قدرتمندترین شبکه ها، شبکه های جهانی هستند. با توجه به مطالب ذکر شده، می توان شبکه ها را بر اساس ترکیب اعضاء،نوع عضویت، میزان دسترسی به آن ها، موضوع شبکه و جغرافیای تحت پوشش، تقسیم بندی نمود. هر یک به فراخور، دارای میزان نفوذ و تاثیر گذاری متفاوتی هستند. گاه برخی از سازمانها در شبکه های متعددی عضو هستند و از مزایای مختلف این تکثر استفاده می برنـد ●. ویژگی هـای اصلی برخی ویژگی هـای اصلی یک شبکه الکترونیکی به شرح زیر است ▪: ایجاد فهرست های توزیع پست الکترونیکی (خبر نامه هـای الکترونیکی) یا ایجاد گروه های مباحثه الکترونیکی با هـدف توزیع اطلاعات. ضمناً جالب توجه است که در برخی از پایگاه ها، امکان کنفرانس هـای الکترونیکی هم ایجاد شـده است ▪ . تشکل کتابخانه های مجازی، اسناد و بانک های اطلاعاتی در یک شبکه از ضرورت هاست، به ویژه بانک اطلاعاتی اعضای شبکه ▪. ارایه خدمات الکترونی به اعضاء و از جمله مشاوره هـای حقوقی ▪ ارایه خدمات هماهنگی برای شرکت در کنفرانس هـا و مجامع بین المللی ▪. صفحات پیونـد می توانند به عنوان درگاهی برای استفاده همه صاحبان منافع و علاقه مندان عمل کنند ▪. هر سازمان غیر دولتی می تواند دارای صفحه یا صفحات خاص خود در پایگاه شبکه باشد و از یک پست الکترونیکی اختصاصی بهره گیرد به این صورت، سازمان ها می توانند خود را در مجموعه شبکه معرفی نمایند ▪. تاسیس یک بخش" سمینارها و کنفرانس ها " می تواند اعضاء را از فعالیت های سازمان های غیر دولتی دیگر مطلع کنـد. اعضاء می توانند همایش های خود را در این بخش معرفی کنند ▪. تاسیس بخش بهترین تجربیات می توانـد باعث شود تـا تجربیات موفق سازمـان های غیر دولتی، به همه اعضاء منتقل شود ▪. بخش آموزش یک پایگاه شبکه ای اهمیت بسیاری دارد، زیرا در عین حال می توانـد در مباحث خاص سازمان های غیر دولتی، مسایل آموزشی را مطرح سازد (نظیر دروس پایه و تعاریف، پویایی گروه، روش های حمایت گری مدیریت منابع انسانی، مدیریت منابع مالی، روش های تامین مالی، شیوه هـای رهبری، ویژگی هـای روابط عمومی شیوه هـای حضور در عرصه های بین المللی و یک سلسله آموزش های موضوعی نظیر آموزش در زمینه مباحث توسعه پایدار، زیست محیطی، حقوق بشر و حقوق شهروندی، مباحث تحلیل جنسیتی، موضوعات ویژه جوانان و غیره وعلاوه بر این، آموزش های خاص فناوری ارتباطات و اطلاعات. گاه پیش می آیـد که برخی افراد از مجموعه اطلاعات فراهم شده در یک شبکه سوء استفاده می کنند. به نظر می آید که لازم باشدنوعی تفاهم نامه که اصول کار در شبکه در آن ترسیم شـده باشـد تنظیم شود تـا بتوانـد روابط بین اعضاءرا در آن تعریف کنـد تجربه کار شبکه سازی در برخی از کشورهای اروپایی شرقی نشان داده که لازم است حداقل مقرراتی ناظر بر کلیت کار شبکه باشد، زیرا سرقت اندیشه ها ارایه اطلاعات غلیظ یا ناموثق و تخریب تصویر یک سازمان غیر دولتی تهدیدهای هستند که سازمان های غیر دولتی با آن ها مواجه اند. وجود یک تفاهم نامه می توانـد به شفاف سازی روابط کمک بسزایی کند ●. فهرست سرورها یا فهرست های مباحث فهرست سرورها یا فهرست های مباحثه (اطلاع رسانی) الکترونیکی، یکی از اشکال موفق و بسیار مفید فعالیت شبکه ای در اینترنت می باشد. جوانب ثبت این فعالیت اطلاعاتی، عبارتنـد از: جریان سریع اطلاعات، هزینه های به حـداقل رسیده، صرفه جویی در زمان، امکان بحث و مباحثه

الکترونیکی، تبادل اطلاعات ایجاد اعتماد میان سازمان ها اجرای طرح های مشترک، در دسترس بوده جذب آسان تر منابع مالی، افزایش ظرفیت های سازمان های غیر دولتی، امکان یابی و چانه زنی. از طرفی این امکان، دارای جوانب منفی است که سازمان های غیر دولتی باید در نظر داشته باشند، نظیر شک و تردید نسبت به اطلاعات در یافت شده، استفاده از منابع غیر موثق تفسیر بد از اطلاعات رسیده، شکل گیری بی اعتمادی، سرقت آرا و اندیشه ها،نبود مهارت های حرفه ای در کار با اطلاعات، تخریب آسان تصویر یک سازمان غیر دولتی، فروش اطلاعات یا استفاده نابجا از اطلاعات. باتمام این تفاسیر فهرست سرورها امکان فوق العاده بی نظیری برای گسترش و تعمیق فعالیت سازمان های غیر دولتی به حساب می آید و توان شبکه سازی آنها چندین برابر می کند●. شبکه ها در نقاط دور افتاده در سال های اخیر شاهد آن بوده ایم که برخی از سازمان های غیر دولتی توسعه ای درقسمت های دور افتاده کشور شروع به فعالیت کرده اند. یکی از مزایای بسیار شگفت انگیز شبکه های مجازی این است می توان با استفاده از روش های ماهواره ای، ارتباطی را میان سازمان های غیر دولتی مربوطه (که برای مثال در روستاهای سیستان و بلوچستان فعالیت می کند) با سازمان های دیگر یااعضای خود در مرکز مرتبط نمود. به این طریق سازمانی که در مناطق دورافتاده یا دور از مرکزی می تواند در تبادل اطلاعات شرکت جوید، از تحولات مطلع می گردد و این امر در توانمند شده این سازمان موثر است ●. یک پیشنهاد اگر بپذیریم که وجود شبکه های الکترونیکی ضرورتی اجتناب ناپذیربرای تعمیق فعالیت های سازمان های غیر دولتی است، انجام یک ارزیابی از وضع موجود برای تعیین نقاط ضعف و قوت تهدیدها و فرصتها، تقاضا و امکانات موجود، ضروری است تا بر اساس مطالعات صورت گرفته بتوان شیوه های شبکه سازی سازمان های غیر دولتی را در ایران تدوین کرد. علاوه بر این ، طراحی نرم افزارهای مدیریت محتوا برای ایجاد پایگاه های پویا، از جمله مسایل اساسی دیگری است که می تواند کمک فزاینده ای به این سازمان ها به حساب آید، زیرا ابزار مناسبی برای گسترش فعالیت های شبکه ای سازمان های غیر دولتی خواهد بود. براساس تحقیقات صورت گرفته در مرکز توانمندسازی سازمان های جامعه مدنی ایران، در حال حاضر حدود ۳۰ سازمان غیر دولتی ایرانی، دارای پایگاه اختصاصی قابل دسترسی در اینترنت هستند، تعداد بسیاری از اعضای سازمان های غیر دولتی دارای پست الکترونیکی شخصی هستند، ولی هنوز مساله دسترسی به اینتر نت یک مشکل اساسی در میان سازمان های غیر دولتی است. مشکل مهم دیگری که بر سر راه این سازمان ها وجود دارد، موضوع زبان فارسی در اینترنت است در حال حاضر، شاهد آن هستیم که برخی پایگاه ها با استفاده از یونیکد به زبان فارسی طراحی شده اند، ولی به نظر می آید که هنوز مشکلاتی بر سر راه استفاده از زبان فارسی وجود دارد. در مجموع، ارزیابی این مشکلات و یافتن راه حل های مناسب می تواند به گسترش فعالیت های شبکه ای سازمان های غیر دولتی ایرانی در اینترنت بینجامد و شکاف دیجیتالی موجود میان این گونه سازمان ها در عرصه جهانی ،در خصوص کسب اطلاعات رابه حداقل ممکن برسد. نشریه سبا منبع : آفتاب

نظارت در سازمانهای مجازی

غلامرضا کریمی

مقدمه«سازمان مجازی» ازجمله مفاهیم جدید در مطبوعات مدیریت است که تعریف یگانه ای که موردقبول همه صاحبنظران باشد، تا به حال از آن حاصل نشده است.

این مفهوم باتوجه به نیاز سازمانهای امروزی به پاسخگویی سریعتر به نیازهای محیطی و رویارویی موثر با پدیده جهانی شدن پایه عرصه وجود گذاشته است. برخی مؤلفان سازمان مجازی را سازمانی می دانند که فعالیتهای خود را به دیگر سازمانها واگذار کرده و درنتیجه وجود آن قائم به وجود متعلقات دیگر سازمانهاست و خود وجود خارجی ندارد (DAVENPORT PEARLSON, ۱۹۹۸) . سازمان مجازی بر توانمندیهای محوری خود متمرکز شده و اغلب فعالیتهایی را که غیرمحوری یا

غیراستراتژیک تلقی می کند به سازمانهای بیرونی وامی گذارد. این امر موجب می شود که سازمان توش و توان خود را مصروف فعالیتهایی کند که در آن زمینه ها دارای مزیت رقابتی است و از درگیر شدن در امور جزیی خلاص شود. بنابراین، عامل تعیین کننده مجازی بودن یک سازمان از این دیدگاه، میزان بیرون سپاری فعالیتها (OUT SOURCING) است.برخی دیگر سازمان مجازی را الگوی اجتماعی تلقی می کنند که افراد و گروههای کاری را در اماکن جغرافیایی مختلف به هم پیوند می زند و امکان ایجاد ارتباط و تعامل میان آنها را فراهم می سازد (BARRY & ELMES, ۱۹۹۷) . این نویسندگان دو ویژگی دسترسی جهانی و استقلال مکانی را به طور صریح و ضمنی معرف سازمان مجازی قلمداد می کنند. از این روست که برخی سازمان مجازی را صورتی از ارتباطات راه دور شناخته و پیدایش آن را درنتیجه توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات دانسته اند.توسعه این فناوری به پیدایش پدیده دیگری تحت عنوان «اداره مجازی» نیز انجامیده که رابطه نزدیکی با مفهوم سازمان مجازی دارد. بدین مفهوم که با ایجاد و توسعه وسایل و ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، این امکان فراهم شده که فناوری جای فضاهای فیزیکی واحدهای اداری را گرفته و کارکنان متحرک جایگزین کارکنانی شوند که به محل کار ثابت نیاز دارند. انعطاف پذیری و توانایی پاسخگویی سریع به نیازها و تغییرات، استقلال بیشتر کارکنان در کار که به افزایش انگیزه شغلی آنان منجر می شود، و نیز کاهش هزینه ها ازجمله مزایای اداره مجازی است. هدف کلیدی یک سازمان مجازی نیز دستیابی به حداکثر انعطاف پذیری و توانایی واکنش سریع به نیازها و تطابق با تغییرات محیطی است. ازطرفی ایجاد ارتباط و هماهنگی بین گروههای کاری که در نقاط مختلف پراکنده اند، و یا واحدهای مختلف از سازمانهای متفاوت که متصدی اجرای بخشی از فعالیتهای یک سازمان مجازی شده اند، به گونه ای که به تحقق هدف فوق بینجامد، بدون بهره گیری از فناوریهای جدید اطلاعاتی و ارتباطی مستقل از مکان مقدور نمی نماید. بنابراین، منطقی است که یک «سازمان مجازی» جهت نیل به اهداف کلیدی خود، از «اداره مجازی» استفاده کند.ریموند مایلزو چارلزاسنو (R.MILESC.SNOW) معتقدند که سازمانها برای اینکه بتوانند در ایجاد هماهنگی میان خود و محیط توفیق یابند،& باید سه مسئله مرتبط به هم را حل کنند: مسئله خلاقیت و کارآفرینی، مسئله فنی و مهندسی و مسئله اداری (MILES SNOW, ۱۹۷۸) . مسئله کارآفرینی به انتخاب قلمرو فعالیت سازمان مربوط می شود؛ مسئله مهندسی مشخصاً متوجه فناوری و سازوکاری است که ورودیهای سازمان را به خروجیهای مطلوب تبدیل می کند و مسئله اداری بر سازماندهی، شیوه های کنترل و الگوی ارتباطات تمرکز می یابد. از این رو می توان گفت که «سازمانهای مجازی» دست کم بخشی از مسائل اداری و مهندسی خود را ازطریق «اداره مجازی» حل می کنند.ازجمله پدیدارهای دیگری که در ارتباط با مفاهیم سازمان مجازی و اداره مجازی پابه عرصه وجود گذاشته، تله کامیوتینگ (TELE COMMUTING) است که با نیروی محرکه فناوری، امکان ایجاد و توسعه این اشکال جدید سازمانی را فراهم آورده است. تله کامیوتینگ به معنی کارکردن در خارج از محل کار متعارف، مثلاً در خانه، و برقراری ارتباط با محل کار متعارف ازطریق فناوری مبتنی بر رایانه است (NILLES,۱۹۹۴). تله کامیوتینگ ارتباطات مبتنی بر رایانه را جایگزین سفرهای فیزیکی به سازمان کرده است. برآوردها حاکی از آن است که در سال ۲۰۰۰ میلادی، ۴۴ میلیون نفر (بالغ بر ۴۰ درصد نیروی کار) در ایالات متحده از این فناوری استفاده می کرده اند (KURLAND EGAN.۱۹۹۹).در این مقاله منظور ما از سازمان مجازی، نوعی ساختار اجتماعی است که ازطریق اداره مجازی و تله کامیوتینگ امکان ایجاد ارتباط و تعامل میان افراد و گروههای کاری را در نقاط جغرافیایی مختلف فراهم می آورد؛ از این رو اداره مجازی و تله کامیوتینگ جزء لاینفک سازمان مجازی به حساب آمده است. سوال اساسی این است که در چنین سازمانی نظارت بر عملکرد کارکنان و کنترل آن با چه سازوکارهایی قابل اعمال است؛ و آیا این شکل سازمانی، با سازوکارهای کنترلی خاص خود، عادلانه است یا خیر؟ سوالی که وبر(WEBER) حدود یک قرن پیش درمورد شکل دیوانسالارانه سازمان طرح کرد (WEBER.۱۹۷۸). در ادامه سعی خواهیم داشت تا پاسخی برای این پرسش بیابیم. سازمان مجازی: مزایا و معایبعلاوه بر دستیابی به حداکثر انعطاف پذیری و توانایی

واکنش سریع به تغییرات محیطی که هدف کلیدی سازمان مجازی است، این نوع ازسازمان مزایای دیگری نیز، برای کارکنان، مدیران و جامعه دارد. برخی از محققان معتقدنــــد که سازمان مجازی بهره وری کارکنان را افزایش می دهد؛ چرا که کارکنان از انعطاف بیشتر زمانبندی و استقلال در کار برخوردار بوده و می توانند در مدت زمانی که بیشترین کارآیی را دارند، به کار بپردازند (ALVI MCINTYRE, ۱۹۹۳). به علاوه، &تله کامپوتینگ فشارهای روانی مربوط به سفرهای کاری و تعارضات در سازمان را کاهش می دهد (MOKHTARIAN SALOMON, ۱۹۹۷) .ازجمله دیگر مزایای سازمان مجازی این است که هزینه های مربوط به فضای اداری و محدودیتهای مربوط به آن را کاهش می دهد. آی بی ام (IBM) اخیراً مدعی شده است که درنتیجه تله کامپوتینگ به میزان ۷۵ میلیون دلار در سال در هزینه های خود صرفه جویی کرده است (EGAN, ۱۹۹۷). همچنین شرکتها به گستره وسیعتری از استعدادها دسترسی می یابند؛ شرکتهای مجازی می توانند که معلولان حرکتی را نیز به کار گیرند؛ و نیز تله کامپوتینگ سازمانهای مجازی را قادر می سازد که از تبعیض میان کارکنان برمبنای سر و وضع ظاهری آنها اجتناب کنند چرا که دیگر کارکنان به طور فیزیکی دیده نخواهند شد (OLSON,۱۹۸۲) و سرانجام تله کامپوتینگ جامعه را نیز منتفع خواهدساخت چرا که به کاهش آلودگی هوا و معضلات ترافیکی منجر خواهدشد (ALVI & MCINTYRE, ۱۹۹۳).دو عیب عمده ای که برای سازمان مجازی برشمرده اند عبارتند از: ۱ – چالشهای مربوط به نظارت و کنترل که سرپرستان و مدیران با آن مواجهند و ۲ – انزوای کارکنانی که به طور فیزیکی در سازمان حضور ندارند.انزوای کارکنان بر دو نوع است: حرفه ای و اجتماعی. به لحاظ حرفه ای، کارکنان نگران این هستند که از دل بروند، چرا که از دیده رفته اند و درنتیجه از پاداشهای سازمانی محروم بمانند. ازنظر اجتماعی، دغدغه کارکنان از این بابت است که تعامل غیررسمی با همکاران و دوستان خود در سازمان را از دست خواهند داد. دیدگاهی که می تواند خصوصاً در درک ملاحظات مربوط به انزوای حرفه ای کمک کند، عدالت سازمانی است. همه کارکنان درصدد هستند که از بابت دریافت نتایجی که تصور می کنند استحقاق آن را دارند (عدالت توزیعی)، داشتن نقش در فرایندی که ازطریق آن، نتـــایج مذکور معین می شوند (عدالت رویه ای) و رفتار عادلانه و توأم با احترام ازطرف سرپرستان خود (عدالت تعاملی) اطمینان حاصل کنند (KURLAND & EGAN, ۱۹۹۹).ادراک کارکنان از عدالت سازمانی از راهبردهای اعمال نظارت و کنترل در سازمان متاثر می شود و خود تله کامپوتینگ نیز در این زمینه نقش دارد. به این ترتیب، راهبردهای نظارت و کنترل از یک طرف و ادراک کارکنان از عدالت سازمانی ازطرف دیگر، به طور مستقیم در ارتباط با سوالی قرار می گیرند که در انتهای مقدمه این مقاله طرح شده است. راهبردهای نظارت و کنترلچگونه می توان عملکرد کسانی را اندازه گرفت و به کسانی اعتماد کرد و به مدیریت کسانی پرداخت که از لحاظ فیزیکی غایب هستند؟ به طورکلی سه نوع راهبرد برای پاسخ به این سوال پیشنهاد می شود (KURLAND EGAN, ۱۹۹۹) که عبارتند از:الف) کنترل ستاده ها (OUTPUT CONTROLS): برمبنای این راهبرد پروژه هایی به کارکنان تخصیص داده می شود که نتایج آنها به سادگی قابل اندازه گیری باشد. مدافعان این راهبرد معتقدند که موضوع حائزاهمیت نفس نظارت و کنترل نیست. باتوجه به اینکه هدف کلیدی یک سازمان مجازی تحصیل حداکثر تطابق و انعطاف پذیری است، تاکید اصلی بر تفویض اختیار و خودکنترلی کارکنان معطوف است. سازمان مجازی همچون یک جامعه آزاد است؛ یعنی اینکه این سازمان مبتنی بر اعتماد به کارکنان بوده و درعوض از آنان انتظار دارد که مسئولانه رفتار کنند. توسعه و تکامل یک سازمان مجازی مشابه توسعه یک دموکراسی نوپا است که ممکن است در اوایل کار دشواریهای جدی به وجود آورد به گونه ای که بازگشت به دیکتاتوری، مدیران سازمان را وسوسه کند (W.C.TAYLOR, ۱۹۹۵). این قبیل شرکتهای مجازی بر سهیم بودن کارکنان خود در فلسفه شرکت تاکید زیادی دارند. این مقوله به قصد و منظور و اهداف استراتژیک شرکت ارتباط می یابد که ازطریق فرهنگ و ارزشهای مشترک، &در میان کارکنان گسترش یافته و انتقال می یابد.ب) رسمی کردن نیازهای شغلی و استانداردهای عملکرد: از آنجایی که توانایی مدیر برای سرپرستی فیزیکی کارکنان کاهش می یابد، برمبنای این راهبرد سعی می

شود که ازطریق نهادینه کردن قوانین و مقررات، شرح شغلها و استانداردهای عملکرد دقیق، نسبت به توانایی کارکنان در انجام دادن صحیح کارها اطمینان حاصل کرد.پ) رسمی کردن ارتباطات: این راهبرد و راهبرد قبلی ماهیتاً رفتارمدار هستند، درحالی که راهبرد نخست نتیجه مدار به حساب می آید. به طور مشابه با راهبرد قبلی، هرقدر که مسافت فیزیکی میان سرپرست و مرئوس بیشتر باشد، احتمال کمتری وجود دارد که سرپرست به الگوهای ارتباطی غیررسمی و طبیعی برای تبادل اطلاعات اتکا کند (KATZ & KAHN, ۱۹۷۸).نکته حائزاهمیت آنکه، هرچند سازمانهای مجازی می توانند از فناوری جهت نظارت بر کارکنان خود استفاده کنند، «نظارت» سنتی ازطریق «مشاهده» حرکات کارکنان موجبات نارضایتی و تنش روانی را در آنها فـــراهم می آورد و لزوماً به توانایی سازمان در پاسخگویی سریع که هدف کلیدی یک شرکت مجازی است منجر نخواهدشد. این موضوع را می توان با چگونگی نظارت والدین بر فرزندان نوجوان خود مقایسه کرد. می توان با استفاده از فناوری هر حرکت فرزند نوجوان را به طور مداوم تحت نظر گرفت یا اینکه درعوض بیشتر بر ارزشهای مشترک خانوادگی تاکید و اعتماد کرد. به علاوه سرمایه گذاری در فناوریهای پیشرفته لزوماً به بهبود ارتباطات سازمان منجر نخواهدشد. مطالعات موردی در این خصوص حاکی از آن است که موضوع مهمتر، ایجاد یک فرهنگ و ارزشهای مشترکی است که بتواند تطبیق چنین فناوریهایی را با ارتباطات سازمانی آسان کند (MALHOTRA,۱۹۹۷). درمجموع، سازمان مجازی هم به یک » که امکان دسترسی و ارتباطات مداوم را فراهم سازد – این هدف درحال حاضر به دلیل پهنای باند محدود، خصوصاً درمورد داده های بصری و گرافیکی با محدودیتهایی مواجه است – وابسته است و هم به «زیرساختار فرهنگی» که استفاده از فناوریهای جدید را تسهیل می کند.اغلب مطبوعات مربوط به سازمان مجازی روی شکل و فـرم – پست الکترونیکی، سامانه های اطلاعاتی و... – یا زیرساختار تکنولوژیکی متمرکز شده و کمتر به جوهره اصلی سازمان مجازی و موضوعهای انسانی مربوط با آن یا زیرساختار فرهنگی پرداخته اند. اغلب بسیار ساده است که مسائل و مشکلاتی را که ماهیتاً به دلیل موضوعهای انسانی پیش آمده، ناشی از فنـــاوری ناکارآمد بدانیم. این ساده اندیشی به منزله نادیده گرفتن عامل انسانی در سازمان مجازی و بی توجهی به نقش رهبری در هدایت این نوع سازمان است.تحقیقات میدانی بسیار محدودی تا به حال درباره رابطه بین سه راهبرد کنترل مذکور با دیگر متغیرهای سازمانی، ازجمله ادراک کارکنان از عدالت سازمانی، صورت گرفته است. نتایج حاصل از یک تحقیق میدانی اخیر (KURLAND EGAN, ۱۹۹۹)، که به منظور مطالعه رابطه بین تله کامیوتینگ و عدالت سازمانی انجـــام شده و سه راهبرد کنترل پیش گفته به عنوان متغیرهای تعدیل کننده در آن به حساب آمده اند، حاکی از آن است که تله کامیـــوتینگ با ادراکات مربوط به عدالت رویه ای و عدالت تعاملی، رابطه مثبت داشته لیکن هیچ نوع رابطه ای بین آن و عدالت توزیعی مشاهده نشده است. برای توضیح رابطـــه مثبت بین تله کامیوتینگ و عدالت رویه ای می توان گفت که با استفاده از تعامل چهره به چهره یا پست الکترونیکی، سرپرستان می توانند کارکنان را مطمئن سازند که به اطلاعات دسترسی داشته و در فرایندهایی نقش دارند که نتایج موردانتظار آنها را تحت تاثیر قرار می دهد.رابطه مثبت بین عـــــدالت تعاملی و تله کامیوتینگ را نیز می توان این گونه تعبیر کرد که از آنجایی که مدیران نگران این هستند که آیا کارکنان زمانی که ازنظر فیزیکی غایبند، وظایف خود را به درستی انجام می دهند یا خیر، تنها به آن دسته از کارکنان اجازه استفاده از تله کامیوتینگ را می دهند که اعتماد کافی به ایشان داشتـه باشند که این خود به منزله پاداشی برای این دسته از کارکنان است (NILLES, ۱۹۹۴).هیچ یک از سه راهبرد کنترل رفتار کارکنان در تحقیق پیش گفته، به شکل معنی داری رابطه بین تله کامیوتینگ و ادراکات مربوط به عدالت سازمانی را تعـدیل نکرده است. با این حال، به جز راهبرد ارزیابی مبتنی بر نتایج، دو راهبرد دیگر به طور مستقیم با ادراکات مربوط به عدالت سازمانـی رابطه دارند. جدول شماره ۱ به طور خلاصه نتایج حاصل از این تحقیق را نشان می دهد. شرکت وریفون و قضیه سگ ایرلندیامروزه در آمریکای شمالی مجازاً غیرممکن است که کسی بخواهد در یک رستوران غذا بخورد، یک ماشین کرایه کند و یا در هتل بماند بدون اینکه جهت استفاده ازکارت اعتباری خود، سروکارش با

تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری یکی از پایانه های وریفون بیفتد. این امر به طور فزاینده درمورد سایر نقاط جهان نیز صادق است؛ فروش این شرکت درخارج از ایالات متحده سالانه به میزان ۵۰ درصد افزایش می یابد. از ۱۹۹۰ درآمد کل شرکت تا دو برابر، به بیش از ۳۰۰ میلیون دلار رسیده است.حاتم تیابجی (HATIM TYABJI)، مدیرعامل همیشه سیاروریفون، بالغ بر ۴۰۰ هزار مایل هوایی در هر سال جهت ملاقات با مشتریان، تشویق کارکنان و... سفر می کند. زمانی که او در آسمان نیست مشغول کار با رایانه کیفی خود است؛ این بدین خاطر است که تقریباً همه کارهای اداری در این شرکت بدون کاغذ انجام می شود. «تیابجی» بیش از ۱۰۰ نامه الکترونیکی در روز دریافت و تمام امور را ازطریق زیرساختار الکترونیکی شرکت هدایت می کند. مدل کسب و کار در شرکت وریفون انعکاسی از شرح حال خود «تیابجی» است. او در بمبئی به دنیا آمده، در بیست و دوسالگی به ایالات متحده نقل مکان کرده و در این کشور تحصیلات عالی خود را به پایان رسانده است. وی ازجملـــه مدیرانی است که به شدت به ایده های خود متعهد بوده و از رنجش مرئوسانش، درصورتی که به نظر او مستحق آن باشند، پروایی ندارد. چهارخصیصه معرف شرکت وریفون عبارتنداز:دسترسی جهانی: وریفون هیچ اداره مرکزی ندارد و فاقد ملیت مشخصی است. این شرکت یک سوم درآمد خود را، بیرون از ایالات متحده تحصیل می کند و بیش از نیمی ازکارکنان آن در خارج از این کشور مشغول به کار هستند.استقلال مکانی: کارکنان وریفون، همانند مدیرعامل، مقدار زیادی از وقت خود را صرف مسافرت و کار با رایانه می کنند. یک سوم از ۲۵۰۰ کارمند وریفون دست کم نیمی از اوقات را به دور از دفتر خود به سر می برند. مدیران وریفـــون نیز هر کجا که مایل باشند زندگی می کنند. شبکه دانش الکترونیکی: تمامی اطلاعات موردنیاز شرکت، به طور جاری (ONLINE) و درهمه جای دنیا و در هر لحظه دردسترس است.فشردگی زمانی: شرکت وریفون این ویژگی را «۶ - ALVI, S.AND D. MCINTYRE, (۱۹۹۳), "THE OPEN - COLLAR WORKER", CANADIAN BUSINESS REVIEW, (SPRING).۷ - BARRY, D. AND M. ELMES, (۱۹۹۷), "STRATEGY RETOLD". ACADEMY OF MANAGEMENT REVIEW, VOL.۲۲.۸ - CABRERA. E.F. AND J. BONACHE, (۱۹۹۹), "AN EXPERT HR SYSTEM FOR ALIGNING ORGANIZATIONAL CULTURE AND STRATEGY", HUMAN RESOURCE PLANNING, VOL.۲۲(۱).۹ - CHATMAN, J.(۱۹۹۱). "MATCHING PEOPLE AND ORGANIZATIONS: SELECTION AND SOCIALIZATION IN PUBLIC ACCOUNTING FIRMS", ADMINISTRATIVE SCIENCE QUARTERLY, VOL.۳۶.۱۰ - DAVENPORT, T.H. AND K. PEARLSON, (۱۹۹۸), "TWO CHEERS FOR THE VIRTUAL OFFICE", SLOAN MANAGEMENT REVIEW, (SUMMER).۱۱ - EGAN, B. (NATIONAL MOBILITY PROJECT EXECUTIVE FOR IBM), (۱۹۹۷), "FEASIBILITY AND COST BENEFIT ANALYSIS", PRESENTATION AT THE INTERNATIONAL TELEWORK ASSOCIATION ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE. CRYSTAL CITY, VA.۱۲ - EISENHARDT, K, (۱۹۸۵), "CONTROL: ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC APPROACHES", MANAGEMENT SCIENCE, VOL. ۳۱.۱۳ - KATZ, D. AND R.L.KAHN, (۱۹۷۸), "THE SOCIAL PSYCHOLOGY OF ORGANIZATIONS", NEW YORK: JOHN WILEY.۱۴ - KRISTOF, A, (۱۹۹۶), "PERSON - ORGANIZATION FIT: AN INTEGRATIVE REVIEW OF ITS CONCEPTUALIZATIONS, MEASUREMENT, AND IMPLICATIONS", PERSONNEL PSYCHOLOGY, VOL.۴۹.۱۵ - KURLAND, N.B. AND T.D. EGAN, (۱۹۹۹), "TELECOMMUTING: JUSTICE AND CONTROL IN THE VIRTUAL ORGANIZATION", ORGANIZATION SCIENCE,

VOL.۱۰(۴).۱۶ - MALHOTRA, Y. (۱۹۹۷), "VIRTUAL CORPORATIONS, HUMAN ISSUES AND INFORMATION TECHNOLOGY", TRAINING AND DEVELOPMENT, VOL.۵۱.۱۷ - MILES, R. AND C. SNOW, (۱۹۷۸), "ORGANIZATIONAL STRATEGY, STRUCTURE AND PROCESS", NEW YORK: MCGRAW-HILL.۱۸ - MOKHTARIAN, P.L. AND I.SALOMON, (۱۹۹۷). "MODELING THE DESIRE TO TELECOMMUTING: THE IMPORTANCE OF ATTITUDINAL FACTORS IN BEHAVIORAL MODELS" TRANSPORTATION RES. VOL.۳۱ (۱).۱۹ - NILLES, J.M. (۱۹۹۴), "MAKING TELECOMMUTING HAPPEN", NEW YORK: VAN NOSTRAND REINHOLD.۲۰ - OLSON, M.H., (۱۹۸۲), "NEW INFORMATION TECHNOLOGY AND ORGANIZATIONAL CULTURE", MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS QUARTERLY (DECEMBER).۲۱ - OUCHI, W. (۱۹۸۱), "THEORY Z: HOW AMERICAN BUSINESS CAN MEET THE JAPANESE CHALLENGE", READING, MA: ADDISON - WESLEY.۲۲ - SELZNICK, P. (۱۹۴۹), "TV. A. AND THE GRASS - ROOTS",, BERKELEY, CA. UNIVERSITY OF CALIFORNIA PRESS.۲۳ - TAYLOR, W.C. (۱۹۹۵), "AT VERIFONE IT'S A DOG'S LIFE (AND THEY LOVE IT!)". FAST COMPANY, (NOVEMER).۲۴ - WEBER, M. (۱۹۷۸), "ECONOMY AND SOCIETY"., UNIVERSITY OF CALIFORNIA PRESS, BERKELEY, CA.*تدبیر

دوربین های مداربسته

امروزه در مراکز صنعتی و اداری جهت نظارت بر محیط فیزیکی و نظارت برکار کارکنان یاکارگران در جهت کنترل و مدیریت بهتر و کارآمدتر به وفور از سیستمهای تلویزیونی مداربسته (cctv)(closed circuit TV) استفاده می‌شود. این سیستمها به عنوان سیستمهای کنترل تصویری نیز نامیده می‌شوند. گاهی نیز از این سیستمها با مخفف CCVE (تجهیزات ویدئویی مدار بسته) یاد می‌شود. در محلهایی مانند بانکها ـ ادارات ـ دانشگاهها ـ کارخانجات ـ فروشگاههای بزرگ ـ فروشگاههای فروش اجناس گرانقیمت مانند طلافروشیها ـ در سوپرمارکتهای بزرگ و در کنترل ترافیک خیابانها و چهارراهها این سیستمها را میتوان نصب و مورد استفاده قرار داد. استفاده از این سیستمها در منازل مسکونی رواج چندانی نیافته است ولی با پا به عرصه گذاشتن سیستمهای تصویری که قادرند حرکت را در محدودهٔ تحت نظارت سیستم تشخیص و اعلام خطر نمایند یا توسط سنسورهای خاصی تحریک شده و شروع به ضبط فیلم از محل بنمایند انتظار می‌رود که استفاده از این سیستمها در منازل مسکونی نیز گسترش بیابد. به اینگونه سیستمها هم اکنون اصطلاح دزدگیر تصویری اطلاق می‌شود. اصول کار سیستمهای CCTV به این صورت است که ابتدا تصاویر توسط دوربینهای مدار بسته دریافت شده و برای نمایش و پخش به مانیتور یا تلویزیون انتقال داده می‌شود. همچنین برای ضبط و یا تغییر نحوه نمایش روی مانیتور و پخش همزمان تصاویر دوربینها روی مانیتور و کنترل از راه دور دوربینها نیز تجهیزات و امکاناتی وجود دارد. چون تصاویر دریافت شده از این سیستمها برای بینندگان محدودی می‌باشد لذا به آنها تلویزیون مدار بسته می گویند بر خلاف تلویزیون عمومی (Broadcast TV) که جهت پخش تصاویر برای عموم می‌باشد. با توجه به تنظیماتی که روی دوربینها و سایر تجهیزات میتوان انجام داد این سیستمها در شرایط جوی متفاوت و در روز و شب نیز کارآیی خوبی دارند.برای کنترل ورود و خروج افراد به یک محل و برای کنترل مکانهای وسیع توسط چندین دوربین و نمایش همزمان تصویر آنها و نظارت سمعی و بصری از فواصل بسیار دور از طریق شبکه تلفن بدون نیاز به حضور فیزیکی کنترل کننده در محل و در دستگاههایی که کنترل

بصری آنها توسط انسان مقدور نبوده یا خطر آفرین می‌باشد نیز میتوان از این سیستمها استفاده کرد. لذا استفاده از سیستمهای CCTV روز به روز در حال رشد است و با توجه به تکنولوژی ساخت تجهیزات آن که مبتنی بر صنعت الکترونیک و کامپیوتر می‌باشد ساخت و تولید تجهیزات این سیستمها دائماً در حال تکامل و پیشرفت است و ما در این مختصر سعی نموده‌ایم تا اصول کلی و امکانات عمومی این سیستمها را به همراه برخی از موارد نمونه از مشخصات و امکانات تجهیزات برای اطلاع و آشنایی خوانندگان عزیز ارائه نماییم. عموماً در سیستمهای CCTV تجهیزات زیر مورد استفاده قرار میگیرد:۱ـ دوربین (camera(۲ـ کاور دوربین (camera Housing(۳ـ پایه دوربین BASE(یا(Bracket۴ـ نمایش دهنده تصویر (monitor یا TV(۵ـ انتخاب کننده (switcher(۶ـ کواد (Quad(۷ـ ترکیب کننده (Multiplexer(۸ـ ضبط کننده (Recorder(۹ـ کنترل کننده (controller(۱۰ـ کارتهای تصویر (capture card(۱۱ـ تقویت کننده رادیویی (Booster(۱۲ـ نظم دهنده ویدیویی (Video Router) قسمتی از اصطلاحات متداولی که ممکن است در مورد سیستم های CCTV و در مشخصات ذکر شده برای تجهیزات با آن ها برخورد کنید در زیرتوضیح داده شده است : A/D: مبدل آنالوگ به دیجیتال یا همان ADC (ANALOG TO DIGITAL CONVERTOR (ALPHANUMERIC : وسیله قرار دادن نوشته روی تصویر که در DVR ومولتی پلکسر کار برد دارد .BACK – FOCUS : تنظیم مکان لنز در رابطه با سنسور CCD در دوربین B.W(BAND WIDTH) : پهنای باند فرکانس که برای سیگنال ویدئویی معمولی ۵ مگا هرتز است .BETAMAX : فرمت ضبط ویدئویی شرکت SONYو رقیب VHSCCD APERTURE : سطحی از CCD که به نور حساس است.CCIR : انجمن رادیویی بین المللی برای استاندارد تلویزیونی اروپا CDS (CORROLATED DOUBLE SAMPLING) : تکنیکی در ایجاد ترکیب رنگ در بعضی از دوربین های CCDCFA (COLOR FILTER ARRAY) : فیلترهای نوری که در دوربین CCD برای تولید ترکیب رنگ سیگنال ویدئویی استفاده می گردد .CIE : انجمن بین المللی نور که واحد های نوری را تعریف و ارائه می کند .CHROMINANCE : به اطلاعات رنگ سیگنال ویدئویی گفته می شود . CONTRAST: یکی از تنظیمات کیفیت تصویر . اختلاف بین روشن ترین و تاریک ترین نقطه تصویرD/A : مبدل سیگنال دیجیتالی به آنالوگ .DARK CURRENT : نشت سیگنال از CCD در نبود نور که ایجاد نویز (dark noise) می کند .DMA (DIGITAL MICRO MIRROR DEVICE) : یک تکنولوژی جدید ساخت سنسور ویدئویی که از تعداد زیادی آینه میناتوری روی چیپ استفاده می شود.DUPLEX: سیستم ارتباطی که اطلاعات را در دو جهت رفت و برگشت مبادله می کند. در سیستمهای CCTV معمولاً به امکان ضبط و پخش با هم به صورت مولتی پلکس گفته می شود.D.S.P : مدار الکترونیکی پردازنده سیگنال دیجیتالی DV-MINI: یک فرمت ضبط صدا و تصویر جدید که اکثراً در هندی کم استفاده می شود .D-VHS : استاندارد جدید ارائه شده توسط JVC برای ضبط سیگنال دیجیتالی روی VHSEBU : اتحادیه پخش برنامه های اروپاییEIA : انجمن صنعتی الکترونیکFCC : کمسیون ارتباطات فدرال آمریکاFIELD : تعداد نصف خطوط فریم را گویند در سیستم CCIR/PAL تعداد فیلدها ۵۰ عدد در ثانیه و درسیستم NTSC /EIA تعداد فیلدها ۶۰ عدد در ثانیه است .FRAME STORE : وسیله الکترونیکی شماره گذاری و ذخیره فریم های تصویر .FRAME SWITHER : نام دیگر مولتی پلکسر ساده است .FRAME TRANSFER : یکی از سه اصل یا روش انتقال شارژ از چیپ CCD می باشد دو روش دیگر عبارتند از INTERLINEFRAME , FRAME-INTERLINE : در سیستم CCIR/PAL ازترکیب ۶۲۵ خط ودر سیستم NTSC /EIA از ترکیب ۵۲۵ خط یک فریم ساخته می شود سیستم پال ۲۵ فریم بر ثانیه و سیستم NTSC ۳۰ فریم بر ثانیه دارد .GAMMA : این مشخصه برای تصحیح اختلاف بین پاسخ خطی دوربین و پاسخ غیر خطی مانیتور تعریف می شود . مثلاً مقدار نمایی گاما برای مونیتور تک رنگ ۲/۲ است لذا دوربین باید روی ۲.۲/۱یعنی ۴۵/۰ تنظیم شود .HAD : یک نوع سنسور CCD است که طرح لایه ای دارد و سطح نویز درآن بسیار پایین است .HDDTV : استاندارد آینده پخش برنامه های تلویزیونی با

رزلوشن بالا-(۲۰۰۰× ۱۰۰۰ پیکسل)HUM : نویز روی فرکانس اصلی را گویند .HYPER-HAD : تکامل یافته چیپ CCD HADILLUMINATION : به مقدار روشنایی تصویر اشاره دارد . حداقل روشنایی لازم برای دوربین های معمولی چند دهم لوکس و برای دوربین های دید شب چند صدم لوکس می باشد .I/۰ : خروجی I/P : ورودیIEC : انجمن بین المللی برقINSERTER : وسیله ای برای گذاشتن متن روی تصویر .INTERFERENCE : تداخل ناشی از میدان الکتریکی یا الکترومغناطیسی سایر وسایل روی سیگنالIP : درجه حفاظت بدنه یک وسیله را در برابر عوامل خارجی به صورت عدد بیان می کند .IR : نور مادون قرمزISDN : شبکه تلفن جدید با سرعت انتقال داده ۶۴ کیلو بایت بر ثانیهITU : اتحادیه بین المللی ارتباطات راه دورJPEG : فرمت عکسLINE-LOCKED : در سیستم های CCTV به چند وسیله گفته می شود که با فرکانس منبع تغذیه مشترک (۵۰یا ۶۰ هرتز) تغذیه می شوند و از نظر فرکانس فیلد قفل شده اند .LUMINANCE : اطلاعات سیگنال ویدئویی در مورد روشنایی تصویر را گویند .MOD : حداقل فاصله شی از لنز را گویند که برای لنز های زوم حدود یک متر و برای لنزهای فیکس خیلی کمتر است . (به طول فاصله کانونی لنز بستگی دارد)MOIRE PATERN : نویز در تصویر حاصل از CCD در فرکانس های بالاNBS : اداره ملی استاندارد در آمریکاND FILTER : یک نوع فیلتر نوری که مقدار نور را بدون بر هم زدن تعادل رنگ تقلیل می دهد .NIT : یکی از واحد های نوریNTSC : استاندارد رنگی در آمریکا، کانادا ، ژاپن و چند کشور دیگر .OIP : خروجیOBJECTIVE : جلویی ترین قسمت لنزOCULAR : نزدیکترین قسمت لنز به CCDPAL : سیستم تلویزیون رنگی اروپاPHOT : واحد نوری معادل ده هزار لوکسPOTS یا PSTN : یکی از سیستم های تلفنPRINCIPEL POINT : مرکز عدسیPTZ SITE DRIVER : یک قسمت از سویچر ماتریسی کد سیگنال هایی کد دار کنترلی مربوط به کنترولر و DVR یا مولتی پلکسر را در یافت می کند.RETMA : نام دیگر EIAسیگنال RF : سیگنال رادیویی که به طیف تا ۳۰۰ گیگا هرتز تعلق دارد .RS-۲۳۲ : یک فرمت ارتباط دیجیتالی که فقط نیاز به دو سیم دارد . RS-۴۸۵: شکل پیشرفته تر ارتباط دیجیتالی که می تواند تا ۳۲ دریافت کننده را در مقصد پوشش دهد.S/N RATIO : نسبت سیگنال به نویز که بر حسب DB بیان می شود .SCOTOPIC VISION : سطح نور زیر۲-۱۰ لوکس که برای چشم قابل دیدن نیست .SIMPLEX : درcctv به یکی از دو روش مولتی پلکسی اشاره دارد که اطلاعات فقط در یک جهت قابل انتقال است (بر خلاف DUPLEX) مثلاً فقط امکان ضبط یا پخش در یک زمان باشد .SMEAR : خطوط عمودی به صورت نویز در محل های بسیار روشن تصویر حاصل از CCDSMPTE : انجمن مهندسین تلویزیون و تصاویر متحرکSPLIT SCREEN : به صفحه نمایش چند تکه شده می گویندS-VHS : یک فرمت ضبط ویدئویی است که رزولوشن افقی ۴۰۰ خط دارد .TBC : سنکرون کردن سیگنال های مختلف بر اساس زمانTDG : ایجادکننده تاریخ و زمان روی تصویرTELEMETRY : سیستم کنترل از راه دور اطلاعات دیجیتالی کد دارTERMINATION : اتصال انتهای کابل را به یک کانکتور می گویند .VDA : یک آمپلی فایر سیگنال تصویری با یک ورودی وچند خروجیVIDEO HOME SYSTEM) VHS) : سیستم ویدئویی خانگیVIDEO MATRIX SWITCHER : وسیله ای برای انتخاب بیش از یک دوربین ، VCR یا چاپگر ویدئویی و امثال آن که قدرتمندتر از سویچرهای معمولی است . VITS: سیگنال تست با شکل خاص که در سیستم پال در خطوط نامرئی ۱۷و۱۸و۳۳و۳۳۱ جا زده می شود.VMD VIDEO MOTION DETECTOR)) : سیستمی که در برابر تغییر نور یا جابه جایی و حرکت سیگنال آلارم ایجاد می کند .VS : سنکرونیزاسیون عمودی (در مقابل آن HS سنکرونیزوسیون افقی) W-VHS: استاندارد جدید ضبط ویدئویی ارائه شده توسط JVCY/C : یک فرمت ویدئویی که اطلاعات روشنایی تصویر و رنگ تصویر جداگانه فرستاده می شود . این فرمت در S-VHS وجود دارد .

امنیت در خرید اینترنتی

اگر قصـد خریـد اینترنتی از یک فروشـگاه الکترونیکی را داریـد بایـد با چشـمانی باز این کار را انجام دهیـد. ما نمی خواهیم خرید اینترنتی را یک کار عجیب و سخت جلوه دهیم اما وقتی شما به صورت فیزیکی هم خرید می کنید مطمئنا از یک مکان معتبر خرید خود را انجام می دهیـد. خرید اینترنتی شاید ساده ترین و لذت بخش ترین کاری باشد که شـما در اینترنت می توانید انجام دهید به شرطی که به یک سـری نکات مهم توجه داشته باشید.خرید اینترنتی از فروشگاه های معتبرقبل از خرید اینترنتی در مورد فروشگاهی که می خواهیـد از آن خرید کنید تحقیق کنید. فروشـگاه های معتبر عموما آدرس پستی، تلفن و مشـخصات خود را به طور دقیق در وب سایت شان درج می کنند. دقت کنید که فروشـگاهی که از آن خرید می کنید یک فروشـگاه فعال است یا یک وب سایت رها شـده. در نظر داشـته باشـید تعـداد زیادی وب سایت رها شـده در اینترنت وجود دارند که روزی به مشتریان خود سـرویس دهی می کردنـد امـا به علـل مختلف بی اسـتفاده مانـده انـد اگر از طریق تبلیغـات با فروشـگاه آشـنا شدیـد تقریبا می توان اطمینان داشت که فروشـگاه مورد نظر فعال است، اما اگر به طور اتفاقی وارد فروشـگاه شدیـد بایـد بررسـی بیشتر نماییـد. معمولا وب سایت های فعال بخش اخبارشان به روز است به عنوان یکی از نشانه های به روز بودن فروشگاه می توان در نظر گرفت است و یا اینکه بررسی کنید اطلاعات تکمیلی در مورد کالا به همراه قیمت و شرایط و هزینه های ارسال درج شده باشد. معمولا فروشگاه هایی که یک شعبه ی فیزیکی دارند بسیار مطمئن تر از فروشـگاه هایی هسـتند که فقط به صورت مجازی پایه گذاری شده اند و آمارها نیز نشان می دهد اعتماد افراد به فروشـگاه هایی که شـعبه ی فیزیکی دارنـد بیشتر است. زیرا احتمال کلاهبرداری و یا این که کالای خریداری شده به دسـت شـما نرسـد کمـتر است و اگر مشـکلی پیش بیایـد می توانیـد به آدرس فروشـگاه مربـوطه مراجعه کنیـد.انتخـاب روش خرید مناسبوقتی از یک فروشـگاه مجازی معتبر خریـد می کنیـد معمولا انتخاب های متعـددی برای نحوه خرید و دریافت کالا برای شـما وجود خواهـد داشت. از جمله پرداخت وجه به صورت آنلایـن، خریـد به صورت پستی، واریز به حسـاب و .... . همیشه سـعی کنید روشـی برای خریـد خود انتخاب کنیـد که کمترین ریسک پـذیری را داشـته باشد.خرید به صورت آنلاینمعمولا فروشـگاه هایی که ارائه دهنده سرویس های آنلاین هستند خدمات پرداخت اینترنتی خود را از یکی از بانکهای کشور دریافت می کنند و بانک ها نیز معمولا ـ بـابت ارائه این نوع سـرویس از فروشـگاه هـا مبالغی بابت ضـمانت دریافت می کننـد. تا در مواردی که از فروشـگاه مربوطه شکـایتی صـورت گرفت مورد اجرا قرار دهنـد. اسـتفاده از این سیسـتم بیشـتر در مواقعی منـاسب است که شـما محصول خود را می خواهیـد به صورت الکترونیکی دریـافت کنیـد ماننـد خریـد کارت اینترنت و .... . در پرداخت های آنلاین همیشه وقتی می خواهید مرحله پرداخت وجه را از طریق کـارت انجـام دهیـد وارد سـایت دومی خواهیـد شـد که سـایت بانک دریافت کننـده وجه است که عموما سایت های بانک سامان به آدرس sb۱۴.com و یا سایت بانک پارسیان به آدرس pec.ir و یا سایت معتبر دیگر بانک ها می باشد. دقت کنید بسیاری از سارقان اینترنتی با راه اندازی سایت هایی شبیه به سایت های بانکها و آدرس های شبیه به آنها اقدام به کلاهبرداری نموده انـد. اگر از مرورگر IE اسـفتاده می کنید، بعد از ورود به صـفحه پرداخت بانک، تصویر یک قفل زرد رنگ پایین صـفحه مشاهـده می شود روی آن قفل دو بار کلیک کنید تا گواهینامه سایت باز شود. در قسـمت Issuedto آدرس بانک نوشـته شـده است . مثلا اگر وارد سایت بانک پارسـیان شـده باشـید بایـد www.pec.ir نوشـته شـده باشد. ولی اگر وارد قسـمت پرداخت شدیـد و این قفل زرد رنگ را مشاهـده نکردیـد، یا نام داده شده در قسـمت Issuedto درست نبود، شـماره کارت رمز خود را وارد نکنیـد چون نشان دهنـده ی این است که این سایت از نظر امنیتی تاییـد نشده است و یا اصـلا سایت بانک نمی باشد و اطلاعات شـما در اختیار افراد دیگری قرارخواهـد گرفت.شـیوه خریـد از طریق واریز به حسابـدر این روش برای خریـد اینترنتی یک کالا باید ساعت ها در صف بانک بایستید تا مبلغ را به حساب فروشـگاه واریز کرده سپس شماره فیش را در وب سایت وارد کنید تا محصول مورد نظر را برای شما ارسال کنند. این شیوه یکی از بدترین شیوه های خرید اینترنتی است و حتی شاید نتوان آن را یک

خریـد اینترنتی قلمـداد کرد. زیرا اسـتفاده از تجارت الکترونیک باید باعث سـرعت وسـهولت در خرید گردد، اما در این روش شـما دردسر بیشتری نسبت به خریـد فیزیکی خواهیـد داشت. از نظر امنیتی هم اسـتفاده از این روش خرید غیر عاقلانه است. در پرداخت های الکترونیکی تمام سوابق تراکنش های مالی شـما در سیستم ثبت می شود و حتی مشخص است که این کالا در چه تاریخی و از چه فروشـگاهی و بـا چه قیمتی خریـداری شـده است. اما در حالتی که شـما به حساب فردی مبلغی واریزمی کنیـد ممکن است هیچ وقت چیزی به دست شما نرسد و چون شما مبلغ را در بانک واریز کرده اید و این فروشگاه اینترنتی برای بانک شناخته شده نیست و فروشـگاه ضـمانتی هم به بانـک نـداده است. اثبـات این که شـما مبلغی را بابت خریـد محصول خاصـی که در اینترنت وجود داشـته پرداخت کرده این مشـکل تر است و ردیابی آن سخت تر و یا اگر بر فرض فیش بانکی را گم کنید که اوضاع وخیم تر خواهد شد. بسـیاری از سارقـان از این روش نیز برای کلاهبرداری هـای اینترنتی خود اسـتفاده می کننـد و با راه انـدازی یک سایت و رائه یک محصول بـا قیمت وسوسه انگیز و ارائه شـماره حساب از مشتریان می خواهنـد مبالغ را واریز کننـد. معمولا این افراد درخواست مبالغ انـدکی از مشتریان می کننـد، به طور مثال ۳ تا ۵ هزار تومـان. به همین خـاطر بیشتر افراد وقتی چیزی به دسـتشان نمی رسـد در پی شکـایت نمی رونـد، امـا در نظر بگیریـد ایـن افراد از هزاران نفر بـه ایـن شـیوه کلاهبرداری می کننـد و مبـالغ کلانـی بـه جیـب می زنند.خرید پستیشاید بتوان امن ترین روش برای خرید اینترنتی استفاده از سیستم خرید پستی باشد که امروزه اغلب فروشگاه ها نیز از این سـرویس استفاده می کنند. شما با استفاده از این روش می توانید محصول مورد نظر را سفارش دهید و محصول موردنظر توسط شرکت پست برای شـما ارسال شده و سپس مبلغ کالا را به مامور پست تحویل می دهید. می بینید که در این روش شـما با اطمینان خـاطر و بـدون اینکه پـولی را از پیش پرداخت کرده باشـید می توانیـد محصول خود را خریـداری کنیـد. اسـتفاده از این روش برای کالاهایی که ماهیت فیزیکی دارنـد بسـیار مناسب است. همیشه سـعی کنید در فروشـگاهی که امکان خرید پستی وجود دارد از این روش اسـتفاده کنید البته از این شیوه در محصولاتی که ماهیت فیزیکی ندارند مانند کارت اینترنتی و اطلاعات و حق عضویت و .... نمی توان استفاده کرد و باید شیوه پرداخت آنلاین استفاده شود.منبع: وبلاگ کامپیوتر واینترنت

ویژگی های فروشگاه های اینترنتی

بسـیاری از مطالعات ، ویژگی های خدمات اینترنتی را مورد توجه قرار داده‌اند . این مطالعات ویژگی های فروشـگاه های اینترنتی را در ۴ دسـته طبقه بندی کرده‌اند : ۱ . کالا ۲ . خـدمت به مشتری و ارتقای فروش ۳ . متقاعـد کردن و راهنمایی ۴ . ایمنی ۱ – کالا : شامـل خصوصـیات مرتبـط به کالا ماننـد طبقه بنـدی ، تنوع و اطلاعات است . طبقه بنـدی کالا می‌توانـد رضایت مصـرف کننـده را افزایش دهـد ، امـا همه کالاـ هـای قابـل دسترسـی در کاتـالوگ های تجاری یا فروشـگاه های واقعی به طور اینترنتی قابل دسترسـی نیسـتند . براسـاس مطـالعه لوث و اسپایلر ، فروشـگاه هـای اینترنتی بزرگ کم اثر تر از فروشـگاه های کوچک در تبـدیل عـده زیاد بازدید کنندگان از سایت به خریدار بالقوه هسـتند ، زیرا مصـرف کنندگان در یافتن کالایی که جسـتجو می کنند ، مشـکل دارند و این امر به دلیل این است که هـدف مهم در فروشـگاه های اینترنتی فراهم آوردن اطلاعات در مورد کالا و قیمت آن برای کمک به مصـرف کننـده در کـاهش زمـان جسـتجو است . این گونه فروشـگاه هـا با ارائه اطلاعات گسترده از کالا هماننـد قیمت و مقایسه با قیمت سایر فروشـگاه ها ، و خلاصه ای از کالا (ماننـد خلاصه کتاب در فروشـگاه کتاب اینترنتی) و یا نمایش کالا (ماننـد انتقال و ذخیره سازی در نرم افزار) می تواننـد به خریدار کمک کنند . ۲ – خـدمت به مشتریان و ارتقای فروش : مشتریان ارتباطات دقیق و مسـتمر و مفید و محافظت های فرا جغرافیایی می خواهند . این ویژگی ها به طور مداوم به عنوان بعد برجسـته در تعیین رفتار انتخاب فروشـگاه هـای اینترنـتی و غیر اینترنـتی تعریف شـده است . خـدمت به مشتری شامـل مواردی نظیر ، خـدمات کارکنـان فروش برای انتخـاب کالاـ ، پاسـخ به سؤالات مشتریان ، کمک در انتخاب کالا ، خـدمات رایگان ، پاسـخ در مورد انتقال و هزینه حمل و نقل و

تخفیفات کالا را در بر می گیرد . ۳ – متقاعد کردن و راهنمایی : این خصیصه به ارتباط مشتریان با فروشگاه های اینترنتی مربوط است . در این طبقه ویژگی سازمان و استفاده آسان مورد توجه قرار می گیرند . ارتباط استفاده کنندگان با فروشگاه های اینترنتی ، تجربه تعامل مصرف کنندگان با ارائه کالا و خدمات خرده فروشان را تحت تأثیر قرار می دهد . اگر یک سیستم ارتباطی با مصرف کنندگان خوب طراحی شود هزینه مصرف کنندگان را در جستجو و زمان مورد نیاز برای پردازش اطلاعات کاهش می دهد و این امر باعث می شود تا زمان مورد نیاز برای انتخاب و خرید به حداقل برسد . خرید اینترنتی زمانی مطلوب و رضایت بخش است که سایت های فروشندگان دارای سرعت بالا ، غیر انبوه (شلوغ نباشند) و دسترسی ساده باشند . سایت های قابل دسترسی آسان و کم تراکم ، زمان فروش را کوتاه و میزان تلاشی که مصرف کنندگان باید صرف درک و فهم چگونگی فروش اینترنتی کنند را اقتصادی و بهینه می سازد . ۴ – ایمنی : مصرف کنندگان در مورد افشای اطلاعات مالی و خصوصی خود نگرانی دارند . اگر چه بیشتر سایت های فروش اینترنتی سیاست حفاظت شخصی و خصوصی را اعمال و ایمنی مبادلات را تضمین می کنند . ولی آنها اطلاعات جزئی در مورد اینکه چگونه مبادلات و اطلاعات شخصی امنیت لازم را دارند ، ارائه نمی دهند . رفتار ارتباطی مشتریان در موقعیت خرید اینترنتی به کار گیری رفتار های مرتبط برای دستیابی به اثر بخشی بیشتر در تصمیم گیری ها و کاهش هزینه های پردازش اطلاعات و دستیابی به شناخت بیشتر مطابق با تصمیمات آنها و کاهش ریسک مربوط به انتخاب اکنون ازجمله تمایلات مشتریان است . بعد از چند مبادله موفق ، مشتریان نسبت به تأمین کننده خدمات و عرضه کنندگان احساس امنیت می کنند . زمانی که مشتری به یک سازمان اعتماد کرد ، آنها می دانند که این شرکت قادر به تامین نیاز ها و خواسته هایشان است و به این شرکت متعهد می شوند . محیط خرید به صورت اینترنتی به مشتریان و خریداران کمک می کند تا با فراهم کردن انتخاب گسترده ، ارزیابی اطلاعات ، دقت و مقایسه کالا ها زمان کمتری را صرف تصمیم گیری کنند . اینترنت اطلاعات مقایسه ای و ارزیابی شده ای را فراهم می کند و ممکن است هزینه جستجوی اطلاعات و تلاش برای تصمیم خرید را کاهش دهد . اگر چه مشتریان اینترنتی عمدتاً در تعامل با سیستم های کامپیوتری هستند و نمی توانند به طور فیزیکی کالای واقعی را لمس و احساس کنند ، ولی آنها با استفاده از اطلاعات فراهم شده به وسیله فروشگاه های اینترنتی می توانند به شکل الکترونیک تصمیم گیری کنند . بنابراین بحث در مورد عوامل مهم در رفتار خرید مشتریان در محیط تجارت الکترونیک نیازمند تمرکز بر قابلیت دسترسی اطلاعات است . دسترسی اطلاعات نه فقط اطلاعات مربوط به کالا و خدمات بلکه سهولت و شخصی سازی را برای نگهداری مشتریان مورد توجه قرار می دهد و آن به درجه ای که اطلاعات می تواند به وسیله مشتریان برای پیش بینی رضایت احتمالی شان در خرید بعد به کار رود ، بستگی دارد . پس موفقیت در خرید اینترنتی با توانایی برای سازگار کردن اطلاعات برای ارضای نیاز های مشتریان ارتباط دارد . اما عوامل مختلفی ارزش پیش بینی اطلاعات را تعیین می کند و فقط یک نوع اطلاعات برای همه مشتریان ارزشمند نیست . نیاز اساسی برای ترغیب مصرف کننده به خرید اینترنتی عبارت است از کاهش هزینه جستجوی اطلاعات و افزایش قابلیت پیش بینی کیفیت کالا ـ که به وسیله تامین و فراهم کردن اطلاعات تخصصی برای مصرف کنندگان به دست خواهد آمد . همچنین منافع زیادی برای مصرف کننده درفرایند خرید به صورت اینترنتی وجود دارد که از جمله آنها می توان به صرفه جویی در زمان ، افزایش سهولت و کاهش ریسک عدم رضایت خرید اشاره کرد . پس خدمت به مشتریان و پیشبرد فروش در طراحی فروشگاه های اینترنتی از عوامل مهم به شمار می آیند . بر اساس مطالعات انجام شده در سیستم های اطلاعات ، کیفیت اطلاعات و کیفیت ارتباط با مشتریان بر رضایت اطلاعاتی مشتریان تأثیر می گذارد . اطلاعات فراهم شده توسط فروشگاه های اینترنتی به اطلاعات در مورد کالا و اطلاعات در مورد خدمات تقسیم می‌شود . اطلاعات کالا شامل نشانه های کالا ، توصیه به مصرف کنندگان و گزارش های ارزیابی است . اطلاعات خدمات که بیشتر فروشگاه های اینترنتی فراهم می کنند ، شامل اطلاعات اعضا ، نحوه پاسخ به سؤالات جاری ، اطلاعات تحویل و سفارش کالا و تبلیغات می شود . برای ارزیابی اطلاعات کالا و خدمات ، شش ویژگی مرتبط بودن ،

جدید بودن ،کافی بودن ، خوشایند بودن ، سازگار بودن و قابل فهم بودن مورد نیاز است . اطلاعات ارائه شده به وسیله فروشگاه های اینترنتی باید جستجوی کالا و خدمات مشتریان را حمایت کنند . برای ارضای نیازهای اطلاعاتی مشتریان ، اطلاعات باید به روز و کافی و درجهت کمک به مشتریان در انتخاب ، سازگاری و در شکل و محتوا ساده و آسان برای درک مشتری باشد و از سوی دیگر لذت ، خوشی و بهره مندی ابعاد مهمی در شکل گیری گرایش و تمایل رفتاری به سوی یک سایت هستند . بنابراین خوشایندی و سرزنده بودن یک عامل برجسته در ارائه اطلاعات مبتنی بر اینترنت هستند . کیفیت ارتباط مصرف کنندگان به طرح و نوع آن و سهولت در جستجوی کالا یا اطلاعات بستگی دارد . باید خاطر نشان کرد که خرید اینترنتی می تواند تحت تاثیر طراحی ضعیف سایت قرار گیرد . بنابراین ضروری است که تأثیر طرح های متفاوت و امکان جستجو سریع برای مشتریان را کاملا درک کنیم . در شکل ۳ مدلی را برای رفتار خرید مشتریان در یک موقعیت خرید اینترنتی نشان داده می‌شود . adsblog.net

مفاهیم بنیادین بازاریابی، پیش‌نیاز بازاریابی الکترونیکی

بازاریابی، هنر ارتباط تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان (یا تولید کنندگان و عرضه کنندگان بالقوه یک کالا یا خدمت با مشتریان موجود یا بالقوه است. بازایابی نتیجه‌ی ناگزیر، دوری‌ناپذیر و ضروری سرمایه‌داری است. البته این نکته بدان معنا نیست که بازاریابی تنها به کشورهای دارای نظام سرمایه‌داری محدود می‌شود. تکنیک‌های بازاریابی در تمام نظام‌های سیاسی و بسیاری از جنبه‌های زندگی کاربرد دارد. روش‌های بازایابی به‌وسیله‌ی برخی از شاخه‌های علوم اجتماعی معرفی می شوند. به ویژه رشته‌هایی روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم اقتصادی و تحقیقات بازاریابی این فعالیت‌ها را پیکره بندی می‌کنند و به آن‌ها نظم می‌بخشد. بازاریابی، از طریق تبلیغات به بسیاری از هنرهای خلاق ربط پیدا می‌کند. بازاریابان موفق برمشتری تمرکز دارند، به دیگر سخن مشتری‌گرا یا مشتری‌مدار هستند. بر خلاف تصور عموم، بازاریابی تنها تبلیغات و ترویج نیست!! مقوله‌ی بازاریابی به چهار بخش اصلی تقسیم می‌شود که به ۴Ps مشهور است: محصول: مدیریت محصول در بازاریابی با مشخصات و ویژگی‌های محصول از یک سو و چگونگی ارتباط آن با نیازها و خواسته‌های مشتری نهایی از سوی دیگر سر و کار دارد. قیمت‌گذاری: فرآیند وضع قیمت (و یا تخفیف) بر محصول را شامل می‌شود. ترویج: شامل تمام فعالیت‌های تبلیغاتی، آگهی‌ها، شعارها، جوایز و سایر روش‌های گونا گون برای ترویج محصول، نام و نشان تجاری و شرکت است. مکان؛ توزیع و حمل و نقل: فرآیند رساندن محصول به مشتری است. در مباحث بازایابی به این چهار عنصر، آمیخته‌ی بازاریابی (Marketing mix) می‌گویند. یک بازاریاب از این چهار عنصر برای تدوین برنامه بازاریابی استفاده می‌کند. برای کسب موفقیت در برنامه‌ریزی بازاریابی، آمیخته‌ی بازاریابی یا ۴Ps باید بازتابی از خواسته‌ها و تمایلات مشتریان در بازار هدف باشد. تلاش برای متقاعد کردن خریداران به خرید محصولی که مورد پسند و توجه آن‌ها نیست، بسیار گران و به ندرت موفقیت‌آمیز است. بازاریاب‌ها برای ارزیابی خواسته‌های مصرف کنندگان و شناسایی محصولاتی که مصرف‌کنندگان برای به دست آوردن آن‌ها حاضرند پول بپردازند، نیازمند تحقیقات بازاریابی هستند. آن‌ها امیدوارند که این فرآیند دست‌یابی به یک رقابت موفق و پایدار را ممکن سازد. مدیریت بازاریابی ابزار کاربردی این فرآیند به شمار می‌آید. سر فصل‌های اصلی بازایابی مبانی بازاریابی، استراتژی‌های بازاریابی، مدیریت بازایابی، مدیریت محصول، قیمت‌گذاری، ترویج، توزیع، بازایابی مستقیم، رفتار مصرف‌کننده، تحقیقات بازاریابی، بازایابی خدمات، بازاریابی الکترونیک، تکامل و گسترش تدریجی بازاریابی. مبانی بازاریابی؛ مفاهیم پایه مصرف‌کننده: در علوم اقتصادی به مجموعه افراد یک جامعه، خانواده‌ها و همه‌ی کارگزاران اقتصادی که کالاها و خدمات تولید شده در یک اقتصاد را مصرف می‌کنند، " مصرف‌کننده " گفته می‌شود. اگر چه این اصطلاح شامل تک تک افراد یک محدوده‌ی سیاسی – جغرافیایی می‌شود، به همان نسبت که یک اصطلاح اقتصادی است، سیاسی نیز هست. در نظریه‌ی استاندارد اقتصاد کلان، فرض براین است که مصرف‌کننده‌ی کالا و خدمات،

بودجه‌ای را که برای مخارج خود درنظر می گیرد برای خرید کالاها و خدمات صرف می کند. روشن است که مصرف کننده در یک برخورد عقلانی، برای رسیدن به مطلوب‌ترین نقشه‌ی خرید، این بودجه را بر اساس اولویت‌ها و ترجیحات مورد نظر خرج خواهد کرد. در الگوهای زمانی رفتار مصرف کننده، ممکن است بخشی از بودجه صرف سرمایه گذاری‌های بلند مدت در جهت کسب سود بیشتر در دوره‌های زمانی آینده شود. بنابراین ممکن است که بودجه‌ی مصرف کننده تنها برای مصرف در نظر گرفته نشده باشد. زمانی که بنگاه‌های فروش کالا و خدمات بسیار زیاد هستند، ممکن است اصطلاح "مصرف کننده" در حکم واژه‌ای تحقیرآمیز به‌شمار رود، به این معنا که خریدار محصول، شخصی باهوش و زیرک نیست. این عبارت درست نقطه‌ی مقابل واژه "مشتری" است که فردی هوشمند تلقی می‌شود که قدرت خرید و حق انتخاب دارد. مشتری: مشتری عبارت است از کسی که چیزی را از یک بنگاه اقتصادی یا یک سازمان می‌خرد یا اجاره می کند. انواع مشتری: مشتریان را به دو گروه اصلی می توان طبقه بندی کرد: ۱- مشتریان داخلی ۲- مشتریان خارجی مشتری داخلی کسی است که برای یک سازمان، اما در بخش یا شعبه ای دیگر کار می کند. مشتری خارجی همه‌ی مردم خارج از سازمان هستند. مشتریان داخلی شامل افرادی را شامل می‌شوند که در بخش‌ها و شعبه‌های مختلف یک سازمان مشغول به کارند. بنگاه‌های اقتصادی با نیازها و فرهنگ‌های مختلف، بازرگانان، خانواده‌ها و تمام گروه‌هایی که به یک سازمان پول پرداخت می کنند و کالا یا خدمات آن سازمان را می‌خرند، مشتریان خارجی را تشکیل می‌دهند. نیازها و انتظارات: مشتریان نیازها و انتظاراتی دارند که لازم است از جانب سازمان‌ها در نظر گرفته شود. نیاز یعنی آن‌چه که مشتری به برآورده شدن احتیاج دارد، مانند اتومبیل و بیمه با قیمت پایین. انتظار یعنی چیزی که مشتری به طور حتم نیازمند آن نیست اما توقع دارد که آن را داشته باشد.[۱] انتظارات یا خواسته ها عبارتند از تمایلات انسان برای ارضاء کننده های خاصی از نیازها. در حقیقت خواسته ها،اشکالی از نیازهای انسانی هستند که توسط فرهنگ یا شخصیت فردی انسانها شکل گرفته اند. ارزش زمانی مشتری یا CLV: توجه به ارزش مشتری در طول دوره ارتباط با شرکت یا بنگاه اقتصادی، یکی از اصول بلند مدت بازاریابی است که در اصطلاح ارزش زمانی مشتری نامیده می‌شود. توجه این نکته که آیا مشتری در همین مدت، از کالاها و خدمات شرکت‌های مشابه و رقیب هم استفاده کرده است یا خیراز ضروریات این اصل بازاریابی است. از نتایج مهم داشتن برنامه و چشم‌انداز بلند مدت، شناختن تمایلات جدید مشتریان برای کسب کالا یا خدمت بهتر و تازه‌تر است که در صورت پاسخ دادن سازمان به این تمایلات، وفاداری مشتری به شرکت بیشتر خواهد شد. مدیریت تجربه‌ی مشتری یا CEN : فرآیندی است که همه‌ی تجربیات مشتری از یک محصول یا یک شرکت را زیر نظر دارد و آن را به صورت استراتژیک مدیریت می کند. بدین منظور از رویکردهایی متفاوت هم‌چون نام و نشان تجاری، تنوع محصول، بخش‌بندی بازار و روابط عمومی بازاریابی، شامل مدیریت روابط عمومی مشتری (CRM) و رضایت‌مندی مشتری استفاده می‌شود. هدف نهایی CEM، غلبه بر موانع و شکاف بین حرف و عمل است که از طریق بازنویسی فرمول‌های اصول اولیه‌ی بازاریابی انجام می‌شود. در نهایت می‌توان گفت که CEM بر چهار جنبه از مدیریت بازاریابی تاکید می کند: تمرکز بر تمام جنبه‌های مرتبط با مشتری، ترکیب موشکافی و خلاقیت، توجه هم‌زمان به برنامه‌ریزی و اجرای برنامه های داخلی و خارجی. سه راه برای غلبه بر رقبا همیشه در هر فعالیت، رقیبانی وجود دارند که هرچند نمی‌توان فعالیت آن‌ها را کنترل کرد، می‌توان تاثیر فعالیت‌هایشان بر بازار و کسب و کار خود محدود نمود. در این نوشتار با ارایه‌ی سه روش ساده، راه افزایش فروش و مطرح شدن در بازار، با کم‌ترین یا حتی بدون رقابت با دیگران نشان داده می‌شود. ۱- از روش‌های بازایابی غیر قراردادی، غیر کلیشه‌ای و نامتعارف استفاده کنید متاسفانه در بیشتر کسب و کارها از روش‌های بازاریابی مشابه آن‌چه سایر رقبا به کار می‌برند، استفاده می‌شود. سعی کنید از روش‌های جدید و غیر کلیشه‌ای برای متمایز کردن خود از رقبا استفاده کنید. اگر روش بازایابی شما منحصر به فرد باشد، به طور قطع توجه بیشتری را به خود جلب می کنید و فروش شما افزایش خواهد یافت. برای نمونه، بیشتر کسب و کارهای اینترنتی فقط از روش‌های بازایابی online برای ایجاد ترافیک روی وب سایت‌هایشان استفاده می کنند. با

استفاده از بعضی روش‌های بازاریابی offline، می توانید بر رقابت سنگین و تنگاتنگ online پیروز شوید و ترافیک بیشتری را روی وب سایت خود ایجاد و فروش‌تان را بیشتر کنید. برای نمونه، بهترین و کوچک‌ترین تبلیغ خود را روی یک کارت پستال چاپ کرده و از طریق پست‌های معمولی غیرالکترونیکی برای مشتریان مورد نظر و بازار هدف بفرستید. کارت پستال‌ها هنوز هم کم هزینه ترین، موثرترین و آسان‌ترین روش بازایابی به شمار می‌آیند. به یاد داشته باشید که بیشتر دریافت‌کنندگان این کارت‌ها، پیام‌های تبلیغاتی کوتاه را بر خلاف نامه‌های طولانی، با اشتیاق می‌خوانند.۱ ۲- بازارهای ناب، دست نخورده و زیر پوشش قرار نگرفته وقتی برای تسخیر مشتریان یا بازارهایی مشخص هدف‌گذاری بازاریابی می‌کنید، به یاد داشته باشید که رقبای شما هم همین عمل را انجام می‌دهند، در این حالت شما هرگز نمی‌توانید از رقابت دوری کنید. سعی کنید در جست‌وجوی بازارهای ناب و دست نخورده‌ای باشید که هنوز مورد توجه رقبای شما قرار نگرفته‌اند. شما می‌توانید با کم‌ترین تلاش یا حتا بدون دردسر در رقابت این بازارهای ناب را تسخیر کنید. تبلیغات، آگهی‌ها، صفحات وب و پیام‌های دیگر خود را به نحوی تجدیدنظر و اصلاح کنید که به طور اختصاصی علایق منحصر به فرد و نیازهای مشتریان آینده را که از یک گروه جدید دست نخورده هستند، تامین کنید. برای نمونه یک بازاریاب شبکه می‌تواند ۳ بازار جدید دست‌نخورده و جداگانه در دامنه‌ی کاری خود هدف‌گذاری کند و در نظر داشته باشد. این بازاریاب می‌تواند رویکرد فروش را در هریک از این بازارها با تاکید بر بخشی از سودمندی‌های خاص و متفاوت، تغییر دهند. الف ــزنان خانه دار و مادرانی که بیشتر در خانه هستند: برای این گروه سودمندی‌های کار نیمه‌وقت در منزل را شرح دهید. ب ــکارمندان شرکت‌ها: از فرصت‌هایی که در اختیاردارند و خود از آن بی‌خبرند، بگویید و شرح دهید که چگونه می‌توانند با کنده شدن از محیط کارمندی، برای کسب و کار مستقل راه بیندازند و خود اشتغالی داشته باشند. ج ــبازنشستگان: برا آن‌ها فرصت‌ها و منافعی را که در اختیار دارند توضیح دهید. ۳ـ سعی کنید همواره حرفه‌ای رفتار کنید یکی از موثرترین روش‌های پیروزی در یک رقابت این است که در زمینه‌ی کاری خود متخصص و حرفه‌ای باشید و این امر را به مخاطبتان ثابت کنید. مشتریان آینده‌ی شما یک فرد حرفه‌ای را به چشم یک کارشناس خبره می‌نگرند و اطمینان دارند که او دانش و آگاهی لازم را در زمینه‌ی کاری مورد نظر، برای کمک به مشتریان دارد. البته شما مجبور نیستید که نظام بازاریابی فعلی خود را به اثبات حرفه‌ای بودن خود محدود کنید. کافی است که محصول یا خدمت منحصر به فردی را انتخاب کنید که مطمئن هستید می‌توانید به بهترین شکل ممکن آن را ارایه کنید. سپس بر روی بازایابی آن تمرکز و تاکید کنید. در این میان، برای کامل کردن اقدامات بازاریابی خود، تفاسیر، تمجیدها و سپاس های مشتریان خود و نیز عناوین، نشان‌ها، استانداردها، گواهی‌نامه‌ها و مدارکی را که از مجامع تخصصی و معتبر دریافت کرده‌اید و نشان‌گر اعتبار شماست، به نمایش بگذارید. یک کسب و کار خدماتی و حتی یک شرکت تولیدی که کیفیت خدمات یا کالاهایش برای مشتریان ثابت شده باشد، اغلب می‌تواند قیمت‌های بالاتری را دریافت کند. بسیاری از مشتریان انتظار دارند در مقابل پرداخت وجه بیشتر محصول یا خدمت تخصصی‌تری دریافت کنند. حتا گروهی از مشتریان نرخ‌های بالای شما را نشانه‌ای بر تخصص بالاـ قلمداد می‌کنند. به یاد داشته باشید تا زمانی که کسب و کارتان ادامه دارد، رقیب هم خواهید داشت و ناگریز باید رقابت کنید. اما این سه راه‌حل می‌تواند تاثیر رقبا را بر کار شما به کم‌ترین میزان برساند. با به کار بردن این روش‌ها خواهید توانست راحت‌تر و بازحمت کمتر (حتا گاه بدون دغدغه‌های رقابت با دیگران) فروش خود را افزایش دهید و بر رقیبان خود چیره شوید. نحوه بهبود مدیریت بازاریابی ایمیل، افزایش فروش و سود حاصله در ۴ مرحله ساده در واقع بسیاری از عناصر حیاتی تجارت الکترونیک به آن وابسته هستند : از قبیل سرمایه گذاری مشترک، انتشار خبر نامه، بررسی مطالب به طور خودکار، توزیع کالا، گزارشهای رایگان، پیغامهای خود پاسخگو ، دوره های آموزشی تجارت الکترونیک، ایجاد شبکه، و .... این لیست را می توان همچنان ادامه داد . البته واضح است که منظور ما همان بازاریابی پست الکترونیک ،

Cyberoam با بهره گیری از مکانیزم کنترل

بر اساس MAC Cyberoam با بهره گیری از مکانیزم کنترل بر اساس MAC آدرس، امنیت بر مبنای هویت و شناسه کاربر را ارتقا داد. شرکت Elitecore Technologies ارائه کننده محصولات مدیریت یکپارچه تهدیدات با نام سایبروم (Cyberoam UTM)، به تازگی سری جدیدی از ابزارهای خود را برای افزایش کارایی حفاظت برپایه تشخیص هویت، که می تواند قابلیت اطمینان بسیار بالایی را ایجاد کند، معرفی کرد. ابزارهای جدید سایبروم که شامل اجباری سازی MAC-کاربر شده و هویت کاربر را با کامپیوتر متحد می کند، از دسترسی های غیر مجاز به شبکه با استفاده از شناسه کاربران دیگر جلوگیری به عمل خواهد آورد. رابط کاربری باز، پشتیبانی از زبان های چینی و هندی برای افزایش سهولت کار با این سیستم در سطح جهان و پشتیبانی از تونل سازی بدون تهدید (TFT) برای داشتن ترافیکی امن و پاکیزه از طریق VPN از دیگر امکانات جدیدی است که به این ابزارها اضافه شده است. Abhilash Sonwane مدیر محصولات امنیتی Cyberoam می گوید ": Cyberoam تنها محصولی است که راه حل های امنیتی که می توانند آدرس MAC را مستقیما در شناسه هویتی ادغام کنند ارایه می کند. این راه حل می تواند به کمک سازمان هایی بیاید که می خواهند شناسه کاربری خاصی را با یک ماشین فیزیکی خاص ترکیب کنند. همچنین ابزارهایی که از این تکنولوژی استفاده می کنند می تواند امنیت بالاتری را برای شبکه و همچنین قابلیت اطمینان بیشتری را نیز برای داده ها ایجاد نماید. این تکنولوژی مخصوصا می تواند در موسسات تحقیقاتی و سازمان های تجاری که از شبکه های wi-fi استفاده می کنند کارآمد باشد. در چنین محیط هایی کاربران معمولا هویت یکدیگر را جعل کرده و سعی می کنند با تغییر آدرس های IP رد پای خود را پاک کنند. همچنین تکنولوژی تونل سازی بدون تهدید (TFT) از سایبروم تمامی ترافیک موجود در VPN را برای تشخیص بدافزارها، اسپم ها و مزامین دیگر می کاهد. تکنولوژی TFT به شرکت های تجاری بزرگ اجازه می دهد تا سیاست های برپایه هویت خود را برای دسترسی به اینترنت از طریق VPN تعیین کرده و دسترسی از طریق VPN را به بخش های خاصی از شبکه، آدرس های IP، سرویس ها و یا کاربران خاص محدود نمایند. نیاز به دسترسی از راه دور و یا راه حل های VPN در فضای تجاری و با توجه به این موضوع که بسیاری از کاربران در حال حرکت و جابه جایی به کار با شبکه می پردازند به سرعت در حال گسترش است. سازمان ها به تونل های دسترسی بدون تهدید و امن نیاز دارند تا داده های تجاری حساس خود را از طریق VPN مبادله کنند. سایبروم همچنین پشتیبانی چند زبانه را با رابط گرافیکی جدید خود در دسترس قرار داده و در حال حاظر زبان های چینی و هندی را نیز به مجموعه زبان های در دسترس اضافه کرده است. این امر گسترش سریع تر تکنولوژی های فوق را در بازار جهانی به همراه خواهد داشت. پشتیبانی از این دو زبان باعث راحتی هر چه بیشتر کاربران در دو کشور بسیار بزرگ که دارای سریع رشد بازاری در جهان هستند خواهد شد. همچنین با توسعه محصولات جدید این امکان فراهم خواهد آمد تا در آینده نزدیک Cyberoam بتواند زبان های بیشتری را نیز مورد پشتیبانی قرار دهد. علاوه بر اینها راه حل های فعال با دسترس پذیری گسترده از Cyberoam با کاهش تعداد خطاها امکان دسترسی مداوم و بهره ور به ابزارهای حساس، داده ها و سرویس ها را در سازمان ها و گروه های مختلف فراهم می آورد. این امکانات به سازمان ها اجازه می دهد تا میزان زمان استفاده مفید از شبکه های خود را افزایش داده و به بهترین کارایی با متعادل سازی بار در زمان بروز خرابی های سخت افزاری دست پیدا کنند. گفتنی است سایبروم اکنون در ۵۵ کشور حضور دارد و تا کنون دوبار موفق به کسب پنج ستاره از مجله SC به دلیل ابزارهای منحصر به فرد خود، یعنی UTM های بر پایه تشخیص هویت، شده است.

شهر الکترونیک در ایران و جهان

بیش از ۵۰۰خدمت در سئول به صورت آنلاین ارائه می شود گزارش ها حاکی از آن است که ۷۰ درصد از رفت و آمدهای درون

شهری ایرانیـان در حال حاضـر صـرفاً برای کسب اطلاعات در مورد خـدمات مختلف صورت می گیرد که نتیجه این رفت و آمـدها افزایش ترافیک، آلودگی هوا، هزینه سوخت و افزایش تصادفات است. این درحالی است که در شهرهایی مانند سئول در چارچوب پروژه هایی مثل شهر الکترونیک بیش از ۵۰۰ خدمت به صورت آنلاین به شهروندان ارائه می شود. برای تحقق شهر الکترونیک در ایران بایـد به ۲ موضوع مهم زیر سـاخت هـا و فرهنـگ سـازی توجه کرد. متأسـفانه در ایران پروژه های شـهر الکترونیک در کیش، مشـهد و تهران تا کنون با شـکست مواجه شده است و تا رسـیدن به خدمات آنلاین بر بستر اینترنت راه درازی در پیش روی داریم. واقعیت این است که پیش از اجرای طرح هـای بلنـد پروازانه ای چون دولت الکترونیک در ایران، بایـد ابتـدا به پروژه های کوچک تری مانند شـهر الکترونیک بپردازیم؛ در صورتی که موفق شدیم خدمات متداول در حوزه مدیریت شـهری را از طریق سیسـتم های الکترونیـک به مردم ارائه دهیم، می توانیم این حوزه خـدمات را گسترش دهیم و در سـطح ملی نیز خـدمات الکترونیـک را به مردم ارائه کنیم. وقتی صـحبت از شـهر الکترونیک می شود، ناخودآگاه به یاد پروژه شـکست خورده شهر الکترونیک کیش می افتیم که چندین سال قبل قرار بود در این جزیره اجرا شود اما ناتمام رها شد؛ بعد از آن نوبت به پروژه شـهر الکترونیک مشـهد رسـید که آن هم در مرحله تدوین سند راهبردی این پروژه متوقف شد. اما در این میان پروژه شهر الکترونیکی تهران بدون سر و صدا در حال پی گیری است و در حال حاضر بسیاری از خدمات شهری از طریق سیستم های الکترونیکی قابل انجام است. نکته مهم در اجرای چنین پروژه ای وابسـته بودن آن به موضوعی به نـام شـهروند الکترونیکی است.به عبـارت دیگر تا شـهروندان از نظر فرهنگی، آموزشـی و اطلاعاتی به حـدی نرسـند که ترجیـح دهند به جای خدمات سـنتی و کاغذ محور از خدمات الکترونیکی اسـتفاده کنند، پروژه شـهر الکترونیکی به نتیجه نخواهـد رسـید. زیرساخت های شـهر الکترونیک در فرانسه احمـد یحیایی ایله ای مـدرس دانشـگاه می گویـد: یکی از ملزومـات گسترش فرهنـگ شـهروندی الکترونیک این است که اطلاعات لازم درباره خـدمات مختلف شـهری روی شـبکه های الکترونیک در اختیار آن ها قرار داشـته باشـد. به عنوان مثال در کشوری مثل فرانسه، شـهروند فعال قبل از خارج شدن از خانه، از طریق اتصـال به اینترنت پر سـرعت ارزان ابتـدا تمام مسـیرهایی را که بایـد برود مورد بررسـی قرار می دهـد. سـپس نوع کالاها یا خـدماتی را که بایـد دریافت کند، بررسـی می کند و در صورت لزوم رزرو اینترنتی انجام می دهد یا از جزییات کالای مورد نظر یا خـدمات اطلاع پیـدا می کند و فقط در موارد کاملاً ضـروری سـفر درون شـهری انجام می دهد. وی می افزاید: ابزارهایی نظیر تلفن هـای همراه، رایـانه های جیبی و دستی، کیوسک های اطلاع رسانی – که حتی پیش از اختراع اینترنت در فرانسه تحت عنوان مینیتل موجود بود و بر بستر مخابرات کار می کرد– و کیوسک های اینترنتی به کمک شـهروندان آمـده و به راحتی اطلاعات را در اختیار آن هـا قرار می دهـد.بنابراین در چنین محیطی افراد ترجیـح می دهنـد برای امور روزمره خود کمتر مسافرت کننـد چون این کار جز تلف کردن وقت، انرژی، پول و ایجـاد ترافیـک و آلودگی هوا و مشـکلات عصبی برای مردم نتیجه ای نخواهـد داشت. یحیـایی می افزایـد: بنابراین برای اسـتقرار شـهر الکترونیک ابتدا باید زیر ساخت های الکترونیک در سـطح گسترده فراهم شود و فرهنگ سازی لازم انجام پـذیرد تـا مردم خود به خود به سـمت اسـتفاده از این نوع خـدمات سوق پیـدا کننـد. علی ناصـری، مـدیر کل دفتر امور زیربنایی معاونت فناوری اطلاعات وزارت ارتباطات، معتقد است:حصول اطمینان از کاربرد فناوری اطلاعات در همه ابعاد زندگی و سیسـتم های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجب بروز تحولی بزرگ در شـیوه زندگی، کار و فعالیت آن ها می شود واین موضوع از جمله حقوق اساسـی هر شـهروندی به حسـاب می آیـد. به اعتقـاد وی زنـدگی در شـهر الکترونیکی، مطـالعه و افزایش اطلاعـات خـانواده ها را می طلبـد، چرا که این خانواده ها هستند که در نهایت به عنوان کاربران سیستم برای تامین نیازهای خـدماتی خود به سـایت هـا و پورتـال هـای شـهر الکترونیـک مراجعه می کننـد. از این رو خـانواده هـا بایـد در خصوص محاسن و عیوب رسانه های الکترونیکی، راهنمـای خوب، مؤثر و به روزی برای فرزنـدانشان باشـند.آن چه بایـد در تعامـل خانواده ها، شـهر الکترونیک و دنیای مجـازی در نظرگرفت، آشـنایی والـدین بـا آسـیب هـایی است که احتمـال دارد فرزنـدان را در اسـتفاده از دریـای بیکران اطلاعـات

الکترونیکی دچار مشکل کند. وی می افزاید: برای برپایی و ایجاد شهر الکترونیک، علاوه بر تدوین و اجرای قوانینی مناسب در راستای تحقق دولت الکترونیک، لازم است قوانین ویژه ای به منظور رعایت استانداردهای امنیتی تدوین، تنظیم و متناسب با نیازها و ویژگی های هر شهر الکترونیک ارائه شود. این قوانین و مقررات از سوی دولت در بخش های مختلف اقتصادی واجتماعی قابل بررسی است. قوانین مربوط به جرایم الکترونیکی، حریم خصوصی، جریان آزاد اطلاعات، حقوق مصرف کنندگان و قوانین تجارت الکترونیک از جمله مهم ترین آن هاست. یک شهروند الکترونیکی در مقایسه با یک شهروند سنتی از سطح رفاه اجتماعی و مزایای بیشتری برخوردار است از جمله این که شهروند الکترونیکی، مهارت استفاده از رایانه و اینترنت را دارد و به همین جهت، با اعتماد به نفس بیشتری در عصر اطلاعات و ارتباطات به زندگی خود ادامه می دهد. شهروند الکترونیکی، توانایی استفاده از فناوری های ارتباطی جدید، از قبیل پست الکترونیکی و گپ زنی را دارا می باشد و در هر لحظه از شبانه روز می تواند با هر یک از دوستان یا آشنایان خود ارتباط برقرار کند. شهروند الکترونیکی، به روز زندگی می کند زیرا قادر است آخرین اطلاعات، اخبار، کالاها و نرم افزارها را ظرف چند دقیقه از طریق اینترنت جست و جو کند و به دست آورد. شهروند الکترونیکی، سفرهای مفرح تری انجام می دهد زیرا کلیه مراحل سفر را از قبل، به کمک اینترنت برنامه ریزی کرده است. استخدام شهروند الکترونیکی آسان تر است چرا که از طریق اینترنت به راحتی از فرصت های شغلی موجود آگاه می شود. همچنین اجرای پروژه شهر الکترونیک باعث ارتقای روحیه مثبت شهروندان به دلیل افزایش بازده آن ها از نظر زمان و انرژی، افزایش سطح رفاه و آسایش همگانی، دستیابی به عدالت اجتماعی همگانی با توزیع عادلانه و یکسان خدمات و اطلاعات و افزایش سرعت توسعه و پیشرفت کشور می شود ●.کنفرانس بین المللی شهر الکترونیکیبه دلیل اهمیت موضوع شهر الکترونیکی برای جامعه نخستین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیکی در تاریخ اول و دوم اسفند ماه سال جاری در تهران برگزار می شود. سید مهدی تشکری هاشمی، دبیر علمی کنفرانس و رئیس دانشکده ریاضی و علوم کامپیوتر دانشگاه صنعتی امیرکبیر، می گوید:بی توجهی به ایجاد زیرساخت های فرهنگی از سوی دستگاه های مربوطه، مشکل پیش روی ایجاد شهر الکترونیک است.از این رو با ایجاد ظرفیت های مختلف در دستگاه های آموزشی، فرهنگی و تبلیغاتی باید آموزش های لازم برای آشنایی عموم جامعه با خدمات جدید ارائه شود، همچنان که به عنوان مثال برای ثبت نام کارت سوخت موتورسیکلت طبق آمار اعلام شده از سوی مسئول شورای عالی اطلاع رسانی، بعد از تبلیغات مناسب، ۹۴ درصد از متقاضیان درخواست خود را برای دریافت کارت سوخت از طریق اینترنت ارائه دادند. وی می گوید: شهر الکترونیکی قصد کاهش شغل را ندارد و می خواهد با اطلاع رسانی از ۷۰ درصد از رفت و آمدهای درون شهری که در حال حاضر صرفاً برای کسب اطلاعات در مورد خدمات مختلف انجام می شود، جلوگیری کند ●.سئول برترین شهر الکترونیکی جهاندکتر علی اکبر جلالی، استاد دانشگاه علم و صنعت و مجری اولین طرح شهر الکترونیک کیش، با اشاره به اهمیت موضوع شهر الکترونیکی و شهروند الکترونیکی در هزاره سوم می گوید:در ایران نیز اقدامات اولیه از سال ۱۳۸۰ با شهر الکترونیک کیش آغاز شد که هم اکنون با برگزاری همایش بین المللی شهر الکترونیک به مرحله جدیدی خواهد رسید شهر تهران نیز قدم های اولیه را برای الکترونیکی شدن بر می دارد و در آخرین اقدام، پروژه های ساختمانی را به صورت دیجیتالی طراحی کرده است. جلالی با اشاره به این که در دیگر کشورهای جهان شهرهای الکترونیکی به سرعت توسعه پیدا می کند، می گوید: برترین شهر الکترونیکی جهان سئول در کره جنوبی است که بیش از ۵۰۰ مورد از خدمات خود را به صورت آنلاین به مردم ارائه می دهد و در حال حاضر شهرهای توکیو، سیدنی، میلان، لندن، هلسینکی، کپنهاک، دوبی و دوبلین از جمله شهرهای الکترونیکی هستند که خدمات خود را به صورت بر خط ارائه می دهند. محمدرضا کریمی، کارشناس فناوری اطلاعات، با اشاره به وابستگی شدید بخش خصوصی به دولت در جهت رشد شهر الکترونیکی می گوید: زیرساخت از معیارهای مهم در تحقق شهر الکترونیک است و از آن جا که دولت متولی امر زیر ساخت است، اپراتورهای خصوصی وابستگی زیادی به دولت دارند چرا که مراکز مخابراتی باید تجهیزات اینترنت پرسرعت را

نصب کنـد و در حـال حاضـر در تهران از ۸۰ مرکز مخـابراتی تنهـا ۴۰ مرکز امکـان ارائـه سـرویس را دارا هسـتند.در واقع شـهر الکترونیکی در حد شـعار مطرح شده است، چرا که در ۸ شهر بزرگ کشور زیرساخت های مناسب و سرویس دهی های یکنواخت موجود نیست.گزارش : روزنامه ابرار اقتصادی

اتوماسیون کارت امتیازی متوازن

در اوایل دهه ۱۹۹۰، هنگـامی که کارت امتیازی متوازن مطرح و شـروع به کسب توفیق کرد، تعـداد فروشـندگان نرم افزار برای این ابزار انقلابی مدیریت کمتر از تعداد انگشـتان دست بود. اکنون نیز همچنان بسـیاری از سازمان ها از مزایای متدولوژی ساده ارزیابی متوازن اسـتفاده کرده و به نتایج فوق العاده ای دست می یابند. این پیشـگامان, کارت امتیازی متوازن را تنها با استفاده از گزارشهای کاغـذی و با به کارگیری ترکیبی از گرافهای رنگی برای ایجاد کمی تغییر و تنوع در آنها به کار گرفتند. آنها ثابت کردند که ما به ابزاری پیچیـده و یـا صـرف بودجه ای سـنگین برای بهره منـدی از کـارت امتیـازی متوازن نیـاز نـداریم. اما در آن سالها متـدولوژی ارزیـابی متوازن نیز هنوز بالغ و کامل نشـده و به اوج دوران پیچیـدگی و تکامل خود نرسـیده بود. اغلب کاربران اولیه به اسـتفاده از کارت امتیازی متوازن در حد یک سیسـتم مدیریت بهبود یافته و جدید اکتفا کرده و هنوز از امکان بالقوه و مهم استفاده از این نظام به عنوان یـک سیسـتم مـدیریت استراتژیـک و ابزار ارتباطات بهره منـد نشـده بودنـد .از اواخر دهه ۱۹۹۰، دورنمـای کارت امتیازی متوازن به طور چشـمگیری تغییر کرد.سازمـان ها شـروع به تسـری این نظام از بالا به پائین و تلاش برای همسوسازی همه کارکنان با اهـداف استراتژیک کردند، همچنین اخبار بیشتری در مورد برقراری ارتباط میان کارت امتیازی متوازن و نظام های جبران خدمت و بودجه منتشـر می شد. سیستم قدیمی گزارشگری دستی که همزمان با اولین کارت امتیازی متوازن برقرار شد نمی توانست در مقابل چالش های ناشی از توسعه نوآوری در حیطه ارزیابی متوازن دوام آورد. مثل همیشه سازمان های خلاق و منعطف این مساله را یک فرصت قلمـداد کرده و به سـرعت اقـدام به طراحی نرم افزارهای مناسب برای کارت امتیازی متوازن کردند. کاربران کار ت امتیازی متوازن نیز در سازمان های مختلف از کوچک تا بزرگ، از ایده ها، قابلیت ها و امکانات ارائه شده توسط این فروشـندگان نرم افزار بـا آغوش بـاز اسـتقبال کردنـد. این نرم افزارهـا تمرکز و بهره منـدی بیشتر از فوایـد حاصل از به کارگیری کارت امتیازی متوازن را تسـهیل و تسـریع می کردند. مکانیزه کردن کارت امتیاز ی متوازن مزایای بسـیاری به همراه دارد و قابلیت استفاده از آن را به عنوان یـک سیسـتم مـدیریت عملکرد, مـدیریت استراتژیـک و ابزار ارتباطات حـداکثر می کنـد.توان تجزیه و تحلیل و پشتیبانی از تصـمیم گیری در حـد پیشـرفته که حتی ساده ترین نرم افزارها نیز ارائه می کنند به سازمان ها امکان انجام ارزیابی های پیچیده از عملکرد و بررسـی منتقدانه روابط میان سنجه های آن عملکرد را می دهد. به علاوه مکانیزاسیون سیستم به تسری درست و همه جانبه این ابزار در سرتاسـر سازمان کمک می کند. تسـری کارت امتیازی متوازن در سرتاسـر سازمان اغلب می تواند به تهیه و توسـعه دهها معیار و سنجه های ارزیابی متوازن منجر شود در حالی که بدون اسـتفاده از راهکار اتوماسیون، مدیریت فرآیند توسعه و همسویی در آن بی نهایت دشوار خواهد بود، ضـمن اینکه ساز و کار برقراری ارتباط و ارائه بازخورد نیز می تواند با اسـتفاده از نرم افزار کارت امتیازی متوازن به میزان قابـل توجهی بهبود یابـد و امکـان انتشـار و به اشتراک گـذاری اطلاعات و دانش را به سـرعت و سـهولت در اختیار کاربران هدف و علاقه مند قرار دهد. یک سـنجه Hyperlinked می تواند نقطه آغاز سـفر کاربر به دنیای متنوعی از سایت های دانش افزا, شامـل بیـانیه مـاموریت، آخرین انتقادهـا و نظرهـای یـک مشتری مهم, یـا نتایـج یـک مطـالعه ترازیابی مورد نظر باشـد.با گسترش رو به رشـد تجارت و کسب و کار الکترونیک شاهـد رشـد فزاینـده فروشـندگان نرم افزارهای متنوع مـدیریتی در این بازار رقابتی بوده ایم. انتخاب تامین کننده نرم افزار، یکی از دشوارترین تصمیم هایی است که در حین پیاده سازی کارت امتیازی متوازن ناچـار به اخـذ آن خواهیم بود.برنامه های نرم افزاری طراحی شـده برای مـدل ارزیابی متوازن می توانـد در محـدوده یک ابزار ساده

گزارشگری تـا یـک بسته نرم افزاری پیچیـده مـدیریت کـل شـرکت اجرا شود. بنابراین تفاوت های عمـده, زمان و منابع لازم برای استقرار سیستم است از این رو باید حدود زمان و منابع لازم برای راه اندازی آزمایشـی و اجرای نهایی سیستم مکانیزه به طور دقیق تعیین شود.یک نرم افزار مناسب و مطلوب ارزیابی متوازن باید دارای قابلیت های ذیل باشد :۱- به اندازه کافی انعطاف پذیر بوده و امکـان تعبیه بر روی سیسـتم ها-شـبکه های های مختلف کامپیوتری (فناوری جاری مورد اسـتفاده در سازمان) و امکان کار با روش های متنوع مدیریت عملکرد را داشـته باشد.۲- از جـذابیت لازم برای کاربر برخوردار بوده و در حـد ممکن ساده و از سـهولت در استفاده برخوردار باشد.۳- قـابلیت دریـافت و پردازش تعـداد نامحـدود سـنجه هـا را دارا و از انعطـاف لازم برای اداره حجم قابل توجهی سـنجه برخوردار باشـد تـا امکان پیگیری نتایـج از سرتاسـر سازمان را فراهم آورد.۴- قـابلیت برقراری ارتباط بین اهـداف و منظرها، اهـداف کمی به سـنجه ها، و ابتکارات اجرایی به اهـداف کمی را دارا باشـد.۵- امکـان مـدیریت و احاطه بر روابط علی و معلولی که در واقع معرف استراتژی شرکت است را فراهم کند.۶- نقشه های استراتژی را با نمودار و اشکال قابل فهم و آسان و در عین حال جـذاب ارائه نمایـد.۷- قـابلیت ورود اطلاعـات سـنجه هـای عملکرد را از مکان های متفاوت فیزیکی و غیر فیزیکی فراهم آورد(تعـدد مکـان ورود اطلاعات).۸- از قـابلیت پـذیرش توضـیحات متنی (تعریـف و توضـیح) در کنـار ارقـام و اعـداد برخوردار باشد.۹- قابلیت تخصیص یک متولی مشخص به هر سنجه عملکرد را برای ارتقاء مسئولیت پذیری دارا باشد.۱۰- از قابلیت کار با انواع سـنجه ها در هر شکل و اندازه و توصیفی برخوردار باشد.۱۱- ماننـد یک بانک اطلاعاتی از قابلیت انباشت داده ها در مدت زمان طولانی و برقراری ارتباط لازم بین داده ها برخوردار باشـد.۱۲- یک نرم افزار ارزیابی متوازن کارآمـد باید امکان وزن دهی به سنجه های مختلف را به نسبت اهمیت فراهم آورد.۱۳- تا جایی که ممکن است از قابلیت مقایسه ای بیشینه برخوردار باشد مثلا مقایسه عملکرد سال گذشـته شـرکت نسبت به سایر رقبا، نسبت به صـنعت و ...۱۴- کاربران بایـد بتواننـد در یک نگاه, وضـعیت عملکرد مربوط به سـنجه مورد نظر را بر اساس یک شاخص وضـعیت قابل فهم و آسان تعیین کننـد.۱۵- از قابلیت سفارشی سازی انبوه برخوردار باشـد تا کاربران بتوانند به سادگی سیسـتم را به دلخواه خود سفارشـی کنند.۱۶- منوها بایـد منطقی, قابل فهم و به راحتی قابل پیمایش باشـند.۱۷- قـابلیت تغییر سـریع و آسـان از نمایش خلاصه یک وضـعیت عملکرد تا نمایش تفصـیلی اطلاعات یک سـنجه را در اختیار کاربران قرار دهد.۱۸- از قـابلیت تجزیه و تحلیل آماری (برای مثال رونـدها) بر روی سـنجه های عملکرد برخوردار باشد.۱۹- از قابلیت هشـدار در مواقع عـدم تناجس سـنجه در محدوده قابل قبول برخوردار باشد.۲۰- قابلیت ارائه طیف وسیعی از انواع گزارش ها را به صورت چاپی دارا باشـد.۲۱- از قابلیت اسـتفاده از نتایـج جاری و موجود برای پیش بینی عملکرد آتی برخوردار باشد.۲۲- از قـابلیت تجزیه و تحلیل what-if برای نقـد فرضـیات در نظر گرفته شـده هنگام تهیه نقشه استراتژی برخوردار باشد.۲۳- قـابلیت الصـاق مسـتندات مـورد نیـاز از قبیـل گزارش هـای کارشـناس تحلیلگر، مبـاحثه هـا و فیلـم هـا را دارا باشد.۲۴- از قـابلیت ارسـال پیـام و نقطه نظرات و دیـدگاه های شخصـی کاربران برای برقراری ارتباط حـداکثری با ایشان و ایجاد بینش لازم برای بهبود برخوردار باشد.۲۵- از قـابلیت جمع آوری و تفکیک اطلاعات به طور خودکار برخوردار بوده و مانع ورود و کدگـذاری اطلاعـات تکراری گردد.۲۶- ازقـابلیت انتشـار و بـه اشـتراک گـذاری اطلاعـات از طریـق وب (Internal , External) برخوردار باشد(۲۷. (Web-enable- از قابلیت کپی و الصاق برخوردار باشد.۲۸- از انعطاف پذیری لازم برای تغییر اندازه در راستای نیازهای آتی سازمان با توجه به افزایش پیچیدگی یا افزایش تعداد کاربران نرم افزار برخوردار باشد.۲۹- از سطوح امنیتی لازم برای دسترسـی کاربران به میزان مورد نیاز نه بیشتر(دسترسـی محـدود), برخوردار باشـد.شـرکت Panorama Business Views واقع در تورنتوی کانـادا، در سال ۱۹۹۳ با در نظر گرفتن شاخص های فوق الـذکر، نرم افزار pbviews را به عنوان نرم افزار جامع اتوماسیون مـدیریت عملکرد و اجرای موفقیت آمیز استراتژی تولید و منتشـر ساخت. در سال ۲۰۰۶ با ادغام این شرکت در بنگاه معظم Actuate Corporation، نرم افزار به Actate PerformanceSuite تغییر نام داد و اکنون با

ملکیت شرکت Actuate توزیع می شود. موسسه Palladium Executing Strategy، ایـن نرم افزار را برترین راه حل تولید شده در حوزه اتوماسیون کارت متوازن، ارزیابی کرده است. http://penco.ir/content/BSCAutomation.aspx

آسیب شناسی بازیهای رایانه ای

ارائه: مهین کوشک آباد

این بازی ها، با استفاده از تصاویر پر تحرک و صداهای مهیج، دنیایی از هیجان را به این انسان های تشنه ی جنب و جوش ارزانی می کند و همین جذبه و کشش زیاد است که روح و جسم آنان را برده وار مطیع خود می سازد و به عالمی از تخیلاتی می برد که خود را قهرمان اصلی ماجرا می پندارند. این بازی ها، با ترفندهای مختلف، چنان تاثیری بر فکر و اعصاب فرد می گذارند که در واقع خود او نیز جزیی از این مجموعه ماشینی می شود.بازیهای رایانه‌ای و عملیات روانیبا گسترش فناوری ارتباطات هر روز ابزار جدیدی در اختیار کارشناسان عملیات روانی قرار می‌گیرد. در جنگ جهانی دوم نازی‌ها با حداکثر توان از دو رسانه سینما و رادیو استفاده کردند. اکنون نیز این ابزار به ویژه سینما مورد استفاده محافل صهیونیستی قرار می‌گیرد در کنار این ابزار، صنعت نوظهور بازی‌های رایانه‌ای به علت خصوصیات ویژه خود به ابزار نوین عملیات روانی تبدیل شده‌اند ولی متاسفانه تاکنون به این محصول فرهنگی توجه جدی نشده است. با بررسی کمی و کیفی بازی‌های رایانه‌ای می‌توان به میزان تاثیرگذاری این صنعت نسبت به سایر صنایع مانند صنعت فیلم‌های سینمایی پی برد. عوامل کمی چون مدت زمان صرف شده توسط کاربر و عوامل کیفی چون گرافیک، صدا و تعامل، ابتکار سیر داستان، کنجکاوی، پیچیدگی و تخیل، منطق، حافظه، بازتاب‌ها، مهارت‌های ریاضی چالش حل مسئله و تجسم از جمله جنبه‌های فنی، روانی و فردی است که کاربر را جذب بازی‌های رایانه‌ای می‌کند. کار مستقل، مداومت در بازی، لذت بردن از بازی، مشارکت فعال، تعامل مشارکتی، ساختار گروهی، یادگیری، رقابت یا همکاری گروهی و فرصت‌های برابر در بازی از جمله عواملی است که در فرد برای ادامه بازی ایجاد انگیزه می‌کندتاریخچه بازی‌های رایانه‌ایدر اوایل دهه ۶۰ میلادی رایانه وسیله‌ای خاص و تا حدودی تجملی به شمار می‌آمد که در دسترس همگان نبود، راسل از دانشجویان دانشگاه ام آی تی نخستین بازی رایانه‌ای را با نام اسپیس‌وار نوشت که روی رایانه‌ای به نام PDP۱ که اندازه‌ای در حدود یک اتومبیل داشت اجرا می‌شد و داستان بازی همان جنگ سفینه‌ها بود که شما باید سفینه طرف مقابل را نابود می‌کردید. بعد از آن شرکت آتاری در سال ۱۹۷۳ بازی پونگ را ساخت که یک بازی ساده متشکل از تعدادی مستطیل سیاه و سفید بود که چندان خلاقیتی در آن وجود نداشت.مهاجمان فضایی، بازی دیگری که در سال ۱۹۹۷ در شرکت تایتو نوشته شد، شامل عناصر کلاسیک یک بازی رایانه‌ای بود. در این بازی کنترل یک شی یا شخص در دست بازیکن بود که باید با کمک آن دشمنان را نابود می‌کرد. پس از آن بازی‌های ویدئویی سیر تکاملی خود را طی کردند و در اواسط دهه هشتاد بازی‌ها بیشتر به سمت داستان‌های جنگی پیش رفتند. علت آن علاوه بر مسائل فنی، جو متشنج اواخر دهه ۸۰ آمریکا، ناشی از جنگ سرد با شوروی سابق و دیگر برنامه‌های ریگان، رئیس جمهور وقت، بود. بازی‌هایی مثل استارفلایت و ... ولی در پنج سال اخیر با پیشرفت‌هایی که در سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای ساخت و اجرای بازی ایجاد شده این محصول جایگاه خاص خود را در جهان پیدا کرده است.به دلایلی تاکنون به این محصول فرهنگی توجه جدی نشده و حتی مطالعات جدی نیز در این زمینه انجام نشده است. از جمله دلایل بی‌توجهی به این موضوع عبارت‌اند از:۱- عمر زیادی از این پدیده نمی‌گذرد.۲- بازی‌های رایانه‌ای بیشتر مورد توجه کودکان و نوجوانان است.۳- با توجه به اینکه تاثیرات آن بلندمدت می‌باشد، هنوز نیاز به تحقیقات جدی در این زمینه احساس نشده است.ولی با دلایل کمی و کیفی زیادی می‌توان به میزان تأثیرگذاری این بازی‌ها نسبت به سایر محصولات حتی فیلم‌های سینمایی پی برد. راجرایبرت که یکی از بزرگ‌ترین منتقدین سینمایی هالیوود است در مصاحبه‌ای با سایت معتبر ای جی ان اکیدا به استودیوهای فیلم سازی هالیوود هشدار

داده و اظهار داشته است که اگر اوضاع به همین منوال پیش برود تا یکی دو سال دیگر تماشاگری را در سالن‌های سینمایی نمی‌بینیم و همه به سراغ بازی‌های رایانه‌ای می‌روند. وی در این مورد چنین می گوید: «تا پیش از این هالیوود در برابر بازی‌ها احساس امنیت می کرد و حتی خیلی‌ها فکر می کردند که اگر یک بازی بخواهد موفق باشد باید به فیلم سینمایی تبدیل شود تا فروش آن تضمین شود ولی اکنون وضع عملا برعکس شده است و ما شاهد هستیم که فیلم‌هایی مانند مهاجم مقبره و رستاخیز یا اهریمن ساکن که موضوع خود را از بازی‌ها گرفته‌اند چندان موفق نبوده‌اند ولی بازی‌های آنها بسیار فروش بیشتری داشته‌اند و هم از نظر هنری و هم از نظر تجاری موفق بوده‌اند و بدتر اینکه فیلم‌های پرطرفدار هیالوودی که فروش زیادی نداشته باشند در صورت تبدیل شدن به بازی تقریبا مطمئن خواهند بود که فروش خوبی خواهند داشت و این برای فیلم‌های سینمایی خیلی بد و ناامید کننده است.»دلایل کمی رواج بازی‌های رایانه‌ای الف: مقایسه میزان درآمدچنانچه میزان درآمد و سود شرکت‌های فیلم‌سازی و بازی‌های رایانه‌ای را ملاک قرار دهیم، به گزارش بسیاری از سایت‌ها صنعت بازی‌های رایانه‌ای از سینما پیشی گرفته است. برای نمونه در شش‌ماه نخست سال ۲۰۰۵، فروش بازی های رایانه‌ای در کشورهای اروپایی از فروش فیلم‌های هالیوودی بسیار بیشتر بوده است و این روند به صورت صعود در حال ادامه است. آمارها نشان می‌دهد که روند تولید بازی‌های رایانه‌ای به ۴- ۳ هزار بازی در سال می‌رسد و با شتاب زیاد در جامعه جهانی در حال گسترش است. بیش از ۳۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان، بخشی از اوقات فراغت خود را با بازی های رایانه ای پرمی کنند که بالغ بر ۱۰درصد آنها بین ۴ تا ۷ ساعت از زندگی روزمره‌شان را به این کار اختصاص داده‌اند؛ این آمار علاوه بر آنکه گستردگی بازی‌های رایانه‌ای را نشان می‌دهد، از وابستگی روانی به این بازی‌ها حکایت دارد.ب: مدت زمان صرف شده توسط کاربراز سوی دیگر میزان زمانی که کاربر صرف فیلم سینمایی می کند با بازی رایانه‌ای قیاس شدنی نیست. با در نظر گرفتن متوسط مدت زمان فیلم و با در نظر گرفتن جاذبه‌های ویژه مانند موضوع یا جذابیت‌های دیداری، ... اگر کاربر این فیلم را دو بار تماشا کند نهایتا به طور میانگین بین ۳ تا ۶ ساعت زمان صرف تماشای فیلم خواهد شد ولی مدت زمانی که کاربر بازی رایانه‌ای در حالت ساده و طبیعی یا حتی با استفاده از کدهای ویژه‌ای که به کدهای تقلب نسوز کننده‌ها معروف‌اند و تنها برای اقناع حس کنجکاوی و دیدن تمامی مراحل بازی صرف می کند می‌تواند چندین برابر این مدت زمان باشد. (البته این عامل برای کاربرهای مختلف و بازی‌های مختلف متفاوت بوده و گاه اختلاف فاحشی دارد).دلایل کیفی رواج بازی‌های رایانه‌ای چگونگی برقراری ارتباط در ابزاری همچون سینما، رادیو و تلویزیون با بازی‌های رایانه ای بسیار متفاوت است. در حالت اول به طور معمول ارتباط یک سویه بوده ولی در بازی رایانه‌ای گرافیک، صدا و تعامل، ابتکار سیر داستان، کنجکاوی، پیچیدگی و تخیل، منطق، حافظه، بازتاب‌ها و مهارت‌های ریاضی، چالش حل مسئله و تجسم از جمله جنبه‌های فنی، روانی و فردی است که بازیگران را جذب این بازی‌ها می کند. کار مستقل، مداومت در بازی، لذت بردن از بازی، مشارکت فعال، تعامل مشارکتی، ساختار گروهی، یادگیری، رقابت یا همکاری گروهی و فرصت‌های برابر در بازی از جمله عواملی است که در فرد برای ادامه بازی ایجاد انگیزه می کند. دکتر پل انیچ از دانشگاهی در اوکلاهاما در سال ۱۹۹۹ تحقیقات گسترده‌ای را در خصوص تاثیرات بازی‌ها روی مغز و روان بازیکنان انجام داده است. وی بنابراین تحقیقات اظهار داشته است: «بازی‌ها تعداد طبیعی ضربان قلب و میزان هورمون‌های بدن را تغییر می دهند.»افرادی که غیرفعال تنها به تماشای این بازی‌ها می‌پردازند و فعالانه در بازی‌ها شرکت نمی کنند، در محیط بازی‌ها فشارهای عصبی زیادی را تحمل می کنند. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که تاثیرات روحی و روانی بازی‌های رایانه‌ای بسیار شبیه به بازی‌های حقیقی و ورزش‌های پر استرس است. حس بازیکنی که شکست می‌خورد و فشارهای روحی که تحمل می کند بسیار شبیه به حس بازیکنان شکست خورده فوتبال است و تاثیرات روانی این بازی‌ها بسیار به هم شبیه است. با توجه به آنچه گفته شد بررسی و تحقیقات پایه‌ای در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد.بازی رایانه‌ای و عملیات روانیعملیات روانی عبارت است از استفاده دقیق و طراحی شده از تبلیغات و سایر امکانات به منظور تاثیرگذاری بر افکار، احساسات، تمایلات و رفتار

گروه‌های دوست، دشمن و بی‌طرف، برای دستیابی به اهداف ملی. عملیات روانی به سه بخش تقسیم می‌شود:۱- عملیات روانی استراتژیک؛۲- عملیات روانی عملیاتی؛ ۳- عملیات روانی تاکتیکی.بازی‌های رایانه‌ای بیشتر در بخش اول یعنی عملیات روانی استراتژیکی قرار می گیرند. این عملیات، عموماً برای پیشبرد اهداف گسترده یا درازمدت و در هماهنگی با طرح‌ریزی استراتژیک کلی طراحی شده و معمولاً دارای تاثیراتی در آینده دور است. مخاطبان این عملیات را شهروندان و نظامیان دشمن که خارج از منطقه جنگی به سر می‌برند و همچنین همه جمعیت کشورهای دوست، بی‌طرف، یا دوست دشمن ما (متعهدان دشمن) تشکیل می دهد. هر چند نمی‌توان همه بازی‌های رایانه‌ای را جز این برنامه به حساب آورد ولی عمدتا بازی‌های رایانه‌ای جنگی یا همان بازی جنگ که شرکت‌های خاصی مانند شرکت کوماوار، شرکت کانفلیکت یا مجموعه بازی‌های دلتا فورس جزء این عملیات‌اند.از جمله مقاصدی که در عملیات روانی استراتژیک پی گیری می‌شود عبارتند از:۱- تشریح خط مشی‌ها، اهداف و مقاصد سیاسی کشور خودی برای مخاطبان و ارائه استدلال‌های پشتیبانی از آن خط مشی‌ها؛۲- برانگیختن افکار عمومی به طرفداری یا علیه یک عملیات نظامی؛۳- پشتیبانی از تحریم‌های اقتصادی و دیگر اشکال غیر قهرآمیز اعمال فشار علیه دشمن.تشریح خط مشی‌ها، اهداف و مقاصد سیاسی کشور خودی برای مخاطبان و ارائه استدلال‌های پشتیبانی از آن خط مشی‌هابیشترین بازی‌های رایانه‌ای به منظور این هدف تولید و به صحنه بین‌المللی عرضه شده است. عنصر مشترک تمامی این بازی‌ها این است که کاربر در نقش یک سرباز شجاع و زبده غربی عمدتاً نیروی ویژه دلتا فورس آمریکا یا اس‌ای‌اس انگلیس و یا حتی نیروهای حافظ صلح سازمان ملل برای گسترش آزادی‌های فردی و دمکراسی و مبارزه با گروه‌ها و سازمان تروریستی دولتی یا غیر دولتی و یا حتی موجودات فضایی و یا تخیلی که بشریت را به سوی نابودی می‌کشاند وارد عمل شده و هدفی جز مبارزه و نابودی تروریست‌ها و نجات بشریت ندارند. ایالات متحده آمریکا سعی دارد با این برنامه‌های فرهنگی، تجاوزات نظامی خود را در میان ملت آمریکا و حتی سایر ملت ها امری عادی، انسان دوستانه و به منظور گسترش صلح و دمکراسی در سطح جهان نشان دهد. سعی می‌شود این موضوع القاء شود که امریکا نماد خیر مطلق در جهان است وهر فرد یا گروه یا دولتی که مخالف او و ارزش‌هایش است محورهای شرارت و شیطانی‌اند. پیش از فروپاشی شوروی سابق ریگان لقب امپراتور شرور را به اتحاد جماهیر شوروی داد و پس از آن جرج دبلیو بوش از کشورهایی چون ایران، کره شمالی و عراق با عنوان کشورهای پلید (شرور) نام برد. برخی از بازی‌های رایانه‌ای نیز به جنگ جهانی دوم و مبارزه با دولت نژاد پرست نازی پرداخته و یا پس از آن به مبارزه با کمونیست‌ها می‌پردازد.پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، آمریکا سعی می کند کشورها و گروه‌های مسلمان را بزرگ‌ترین خطر برای صلح جهانی معرفی کند، چرا که به قول نظریه‌پردازان آنها، آمریکا اکنون به جای اژدهای بزرگ با مارهای سمی پرشماری رو به روست یا به قول کیسینجر با اسلام سیاسی به رهبری جمهوری اسلامی ایران. مقام معظم رهبری در این باره فرمودند: «امروزه استکبار جهانی که رئیس جمهور کنونی آمریکا سخنگوی آن است دنیای اسلام را صریحاً تهدید می‌کند و سخن از جنگ صلیبی می گوید، شبکه استکباری صهیونیزم و سازمان جاسوسی آمریکا و انگلیس در همه دنیای اسلام سرگرم فتنه انگیزی‌اند، با پول و تشویق آنان به مقدسات اسلامی در رسانه‌ها علناً اهانت می‌شود و حتی سیمای ملکوتی پیامبر اعظم (ص) از جسارت سخیف آنان مصون نمی‌ماند، هزارها فیلم سینمایی و بازی رایانه‌ای و امثال آن با هدف زشت نمایاندن چهره اسلام و مسلمین، تولید و روانه بازارها می‌شود، و اینها همه علاوه بر جنایات آنان در تعرض به کشورهای اسلامی و کشتارهای فلسطین و عراق و افغانستان و دخالت طلبکارانه آنان در کشورهای اسلامی برای تامین منافع نامشروع سیاسی و اقتصادی است.»محورهای بازی‌های رایانه‌ای الف: بازی‌های رایانه‌ای با محوریت جنگ جهانی دومدر مورد مبارزه با نازی‌ها و جنگ جهانی دوم بازی‌های زیادی ساخته شده و همچنان ساخت بازی‌های جدید در زمینه جنگ جهانی دوم ادامه دارد.بازی رایانه‌ای mohaa:break through در این بازی که یازده مرحله دارد شما در نقش جان بیکر یک گروهبان آمریکایی در درگیری‌ها شرکت می‌کنید در مسیر Kasseine در شمال آفریقا، در راه تصرف messian در سیسیل و

در آخر ارتش آلمـان را در جنگ تاریخی mont battali در قلب ایتالیا شکست می‌دهید.بازی رایانه‌ای :medal of honor allied assaultدر این بازی که در اوایل سال ۲۰۰۲ به بازار ارائه شد شما در نقش ستوان (مایک پاول) یکی از نیروهای گردان اول تفتگـداران ویژه ارتش متفقین هستیـد. عملیـات شـما در الجزایر شـمال آفریقا شـروع می‌شود و سـپس ماموریت‌های خود را در نروژ، ساحـل نرمانـدی، منطقـه بریتـان، فرانسـه و جنگل‌هـای زیگفریـد آلمـان ادامـه می‌دهیـد.بازی‌هـای رایـانه‌ای mohaa:spearheadدر نسـخه دوم mohaa بـا عنوان (spearhead) (خـط مقـدم) شـما در نقش جـک بـارنز از نیروی هوابرد بازی می‌کنیـد و مناطق عملیاتی نرمانـدی و برلین جنگ جهانی دوم را تجربه می‌کنیـد.بازی رایانه‌ای call of dutyدر این بازی، نخست آموزش‌های لازم را می‌بینید سپس به منطقه اعزام می‌شوید و در قالب نیروهای آمریکایی، انگلیسی یا روسی به مقابله با نیروهای آلمانی می‌پردازید و در نهایت با ورود به برلین و کشـتن آخرین سرباز آلمانی پرچم آزادی را بر روی ساختمان‌های این کشور به اهتزاز در می‌آوریـد.بازی رایانه‌ای ۱۹۴۲ battle fieldدر این بازی شـما در نقش نیروهای متفقین به مبارزه با آلمانی‌ها می‌رویـد و یـا در بـازی (بازگشت به قلعه ولفن اشـتاین) شـما به مبارزه با نازی‌ها می‌پردازیـد.ب: کشورهای کمونیستیبازی رایانه‌ای chost reconدر بخش دوم این بـازی، از سـری بازی‌هـای Tom Clancy، یک ژنرال کره شـمالی محموله‌های بشـر دوستانه سازمان ملل را که شامل آب و غـذا است به نفع نظامیان خود ضـبط می‌کنـد و با در درست گرفتن کنترل کره شـمالی به سوی چین یـورش می‌برد. شـما در نقش کمانـدوهای ویژه امریکـایی کـه به کمـک نیروهـای چین شـتافته‌اند، ظـاهر می‌شویـد. هر چنـد که در واکنش به سـاخت این بـازی یـک مقـام نظـامی کره شـمالی در روزنامه کره‌ای تانگیل گفت: «فعلا این فقط رای آنها در یک بازی است، امـا جنـگ مـا با آنها قطعا یک بازی نخواهـد بود، آنها شـکست سـخت و مرگ بـدی را در هنگام جنگ با ما تجربه خواهند کرد.»ج: کشورهـا و گروه‌های اسـلامی همان‌گونه که بیان شـد در بازی‌های رایانه‌ای جدیـد، شـما به مبارزه با کشورها و گروه‌های اسـلامی می‌رویـد. ویژگی مشترک این بازی‌هـا اسـتفاده از نمادهـا و سـمبل‌های اسـلامی است. نمـایش مکان‌های منقش به تصاویر اسـلامی، اسـتفاده از رنگ سبز برای نمایش تروریست‌ها، اسـتفاده از مکان‌های مذهبی مسـلمانان مانند مسجد که از محل‌های تجمع تروریست‌هـا معرفی می‌شود و عمـدتاً تک تیرانـدازها بالای مناره‌های مساجـد موضع گرفته‌انـد و به سوی شـما تیرانـدازی می‌کننـد. اسـتفاده از صدای عربی و فارسی برای بیان زبان تروریست‌ها، استفاده از صدای پس زمینه مانند صدای صلوات و پخش آیات قرآن و ... . در بـازی رایـانه‌ای delta force: black hawk down: team sabre برای مبـارزه بـا تروریست‌ها به کشورهای مختلف سـر می‌زنیـد.در یکی از مراحل این بازی که در سال ۲۰۰۵ میلادی اتفاق می‌افتـد، شـما برای مبارزه با تروریست‌ها به ایران حمله می‌کنیـد. این بخش از بـازی سه مرحله دارد: در یـک مرحله به جزیره خـارک حمله می‌کنیـد و در مرحله دیگر به یـک پایانه نفتی در خلیـج فـارس که نیروهـای نظـامی از آنجـا محافظت می‌کننـد حمله می‌کنیـد. در این مرحله علاوه برگشـتن نیروهای نظامی کلاسـیک بـا نیروهای لباس شخصـی مواجه می‌شویـد که در کنار نیروهای کلاسـیک‌اند (که به نظر می‌رسـد بیانگر نیروهای بسـیج مردمی ایران است)... حـال به بررسـی بـازی هـای رایـانه ای در رابطه بـا کشورهـای اسـلامی اشـاره می شـود:بـازی رایـانه‌ای جنگ ژنرال‌هـادر بـازی جنـگ ژنرال‌هـا شـما در نقش سـربازان امریکـایی ماموریت مبارزه با تروریست‌ها در نقاط مختلف جهان همچون عراق به منظور مبارزه با بعثیان، یا در افغانسـتان برای مبارزه با گروه القاعده می‌روید. در عراق و افغانسـتان تروریست‌ها با رنگ سبز نمـایش داده می‌شونـد ماشـین سبز، کلاـه نظـامی سبز، پرچم‌هـای سبز رنـگ و حتی کلاهـک موشک‌هـا بـا رنـگ سبز نمایش داده می‌شونـد. هر چنـد که بسیاری از شـرکت‌های سـاخت بازی‌های رایانه‌ای در بازی‌هایشان به صورت موردی از این چنین بازی‌هایی اسـتفاده می‌کنند ولی به نظر می‌رسد چند شـرکت مانند شـرکت کوما- ریالتی گیمز و شرکت کانفلیکت با این هدف که تجاوزات نظامی امریکا را در اقصـی نقاط جهان توجیه کنند، تاسیس شده‌اند.بازی رایانه‌ای سام ماجراجو در پرسپولیسدر این بازی، اوایل قرن ۲۲، زمین تحت حمله مزدوران اهریمن جهـانی قرار می‌گیرد و نـوع بشـر در معرض نـابودی کامـل است. شـما در نقش سـام اسـتون

ملقب به سام ماجراجو بی‌درنگ برای تغییر گذشته با استفاده از یک دستگاه قدیمی به نام دروازه زمان به گذشته برمی گردید تا نسل بشر را از خطر نابودی حفظ کنید.شیاطینی که به اهریمنی جهانی کمک می کنند عبارت‌اند از کامیکاز بی‌سر و عقرب بالغ، زامبال و غول لاوا که هر کدام از این شیاطین اسلحه‌ای دارند که با آن به شما ضربه می‌زنند. عقرب بالغ یکی از ایادی شیطان است. او جنگجویی مذهبی است که از نژاد اولیه بندپایان به وجود آمده است. آنها به خاطر عقاید مذهبیشان بسیار متخاصم‌اند. یکی دیگر از این شیاطین، کامیکاز بی‌سر است او یک سرباز سیرین است که اهریمن جهانی او را زنده کرده و کنترل زندگی آن را در دست دارد این موجود به شکل یک انسان فاقد سر است (بدون سر بودن او به معنای نداشتن عقل و شعور و منطق است) بنابراین او را برای عملیاتی مانند عملیات انتحاری، به خدمت گرفته است. کامیکاز بی‌سر دو بمب در دستان خود حمل می کند و هنگامی که به اندازه کافی به هدف نزدیک شد آن را فعال می کند هر چقدر به شما نزدیک‌تر باشد خسارت بیشتری به شما وارد می کند هر چند که خود نیز پس از انجام این عمل نابود و متلاشی می‌شود. کامیکاز بی‌سر به صورت غیرمستقیم این عمل را که به عملیات شهادت‌طلبانه مسلمانان شباهت دارد عملی شیطانی تلقی کرده که فاقد هر گونه پشتوانه عقلانی است. برای مبارزه با شیاطین شما به محل‌هایی شبیه معابد و مساجد می‌روید اماکنی که پر از طرح‌ها و نقوش اسلامی است. در بسیاری از مراحل که دارای طرح‌های اسلامی است چنانچه روی این تصاویر بزرگ‌نمایی کنیم نام علی بر روی آنها نقش بسته است.در نهایت شما پس از گذراندن مراحل سخت و دشوار در کلیسا! با اهریمن جهانی رو به رو شده و در نهایت او را شکست می‌دهید. حتی پایان بازی، بیشتر با نماد غربی مذهب یعنی کلیسا به پایان می‌رسد و این را به ذهن کاربر منتقل می کند که مسیحیت عامل آرامش، صلح و مودت و اسلام عامل خشونت و ... است و به نوعی کودک مسلمان را نسبت به دین اسلام بدگمان می‌نماید و در نهایت در ضمیر ناخودآگاه وی زمینه‌های انحراف و خروج از دین اسلام را فراهم می کند.بازی رایانه‌ای IGI ۲در یکی از مراحل این بازی، شما در لیبی وارد عملیات می‌شوید صدای قرآن و صلوات به گوش می‌رسد نام خداوند (الله) و نام پیامبر (محمد)(ص) بر روی دیوار نقش بسته است و در یک مرحله دیگر تروریست‌ها به صدای رادیو فارسی ایران گوش می دهند.شرکت کوما- ریالتی گیمزشرکت کوماوار ادعا می کند برای مشترکین خود این امکان را فراهم می‌آورد تا ماموریت‌هایی را که براساس حوادث بحرانی روز جهان است تجربه کنند. بازی‌های جدید این شرکت در خصوص مناطق مختلف جهان است مانند عراق، افغانستان، ویتنام و ایران و... . کیت هالپر، مدیر شرکت کوما ریالتی گیمز در گفت‌گویی با بخش فارسی بی. بی. سی. تاکید کرد: «ما تلاش می کنیم که در نقش یک رسانه تصویری همزمان با اخبار پیش برویم. وقتی مخاطب هر روزه اخباری را در تلویزیون یا روزنامه‌ها می‌بیند این یک فرصت استثنایی برای ما است که ما هم تعامل او را با یک بازی درباره همان موضوع جلب کنیم.»بیشتر ماموریت‌های این سری از بازی‌ها در عراق و افغانستان می گذرند و نیروهای شرکت‌کننده در عملیات عبارت‌اند از: کلاه سبزها، نیروهای ویژه عملیات شبانه، نیروهای ویژه کماندویی رژیم صهیونیستی، هنگ هفتاد و پنجم رنجرها، نیروهای ویژه دلتا فورس، نیروهای دریایی امریکا، نیروهای واکنش سریع و کماندوهای چترباز بریتانیا.کیت هالپر، مدیر عامل کوماوار می گوید: «برخی رسانه‌ها به تفاسیری از واقعیت می‌پردازند که درک آن برای عامه دوم مشکل است؛ اما بازی‌های ویدئویی ما واقعیت ملموس را یعنی آنچه در خیابان‌های بغداد می گذرد، بازسازی می‌کند.» شرکت کوما در بیانیه‌های مطبوعاتی که پیش از این منتشر کرده بود، هدف از انتشار این بازی‌های روی اینترنت را نمایش جانفشانی‌ها و موقعیت‌های خطیر سربازان امریکایی اعلام کرده بود.! کوما ریالتی گیمز از دو موسسه حامی سربازان جان باخته و معلول امریکا حمایت می کند. با این حال سخنگویان و مدیرعامل این شرکت موکدا هر گونه ارتباطی با دستگاه‌های دولتی امریکا را انکار می‌کنند! در عین حال کیت هالپر می گوید که ارتش امریکا از برخی محصولات این شرکت استفاده می کند. نشریه آلمانی اشپیگل آن لاین در گزارشی درباره این بازی ادعا می کند کارشناسان نظامی سابق ارتش امریکا به عنوان مشاور با این شرکت همکاری می کنند. این شرکت تاکنون بیش از ۷۰ بازی با موضوعات مختلف ساخته است. در ایران زمانی افکار عمومی و رسانه‌ها

به ساخت بازی توسط این شرکت حساسیت نشان دادند که این شرکت بازی‌ای با عنوان حمله به ایران به بازار ارائه کرد. در بازی رایانه‌ای حمله به ایران که پنجاه و هشتمین ماموریت بازی کوماوار است، سربازان امریکایی وظیفه دارند ضمن حمله به تاسیسات هسته‌ای نطنز، دانشمندان ایرانی را از بین ببرند و یک دانشمند زندانی را آزاد کنند. این بازی ساز ادعا کرده است: «از آنجا که در زمینه اهداف واقعی ایران از غنی سازی اورا نیوم به منظور تبدیل شدن به دومین کشور اسلامی (پس از پاکستان) دارای بمب اتمی تردیدی وجود ندارد و از سوی دیگر حمله نظامی گسترده و اشغال ایران می‌تواند با توجه به در تیررس بودن منابع نفتی خاورمیانه از سوی ایران به گسترده شدن دامنه جنگ در منطقه بیانجامد، یک عملیات نظامی کوچک به منظور نابودی پایگاه هسته‌ای و فناوری ایران، بیشتر می‌تواند مانع از دستیابی این کشور به بمب اتمی شود.» کیت هالپر به سایت فارسی بی.بی.سی گفته است: «هنوز خیلی از امریکایی‌ها از برنامه هسته‌ای ایران نگرانند. برای همین ما به بازآفرینی موقعیت‌ها دست می‌زنیم تا بحث‌های مرتبط را پوشش دهیم. کاربران زیادی با ارسال طومار اینترنتی به ما گفتند که این بازی را به دلایل سیاسی دوست ندارند، ولی ما یک موسسه سیاسی نیستیم. این بازی فرصتی ایجاد می‌کند که ما به برنامه اتمی ایران فکر کنیم.»با این حال توجیه طراحان بازی در تولید این بازی استناد به این جمله از جرج‌بوش، رئیس جمهور امریکا است که: «در برابر تهدیدات هسته‌ای جمهوری اسلامی تمام گزینه‌ها قابل بررسی است.»هر چند که قبل از این هم، این شرکت در مورد ایران یک بازی رایانه‌ای را (Iran Hostage Rescue) ارائه داده بود، در بازی Iran Hostage Rescue شما در نقش نیروهای ویژه‌ای هستید که وظیفه‌تان نجات گروگان‌های امریکایی است که در سفارت‌خانه امریکا در تهران زندانی‌اند. این بازی به مناسبت فرا رسیدن بیست وپنجمین سالگرد این حادثه به بازار عرضه شده است. این شرکت اعلام کرده برای ساخت این بازی از اسناد رسمی و نیز فیلم ویدئویی مصاحبه با آنتونیومندز از مسئولان سابق سازمان سیا استفاده شده است. این شرکت با تحریف اتفاقی که منجربه شکست مفتضحانه امریکا در طبس شد، بازی را با پیروزی نیروی ویژه به اتمام می‌رساند.البته نکات دیگری در بازی (Iran Hostage Rescue) به چشم می خورد که توجه به آنها ضروری به نظر می‌رسد؛ برای نمونه، در قسمت دوم بازی، وقتی شما وارد استادیوم می‌شوید تا با استفاده از هلی‌کوپتر از آنجا خارج شوید، اتوبوسی را می‌بینید که تصویر حضرت امام خمینی (ره) و یک بسیجی بر روی آن نقش بسته است و روی آن نوشته شده است: «پرورش جوانان خداجوی بسیجی فتح الفتوح امام است.» و با فونت کم‌رنگ‌تر زیر آن به نظر می‌آید نوشته شده است: مقام معظم رهبری، البته نوشته این متن روی اتوبوس با زمان اتفاق مورد نظر هم‌خوانی ندارد. آیا این موضوع عمدی است یا یکی از اشتباهاتی است که به علت بی‌دقتی اتفاق افتاده مانند نوشته‌های روی کارتن‌های حاوی توپ‌های ورزشی در استادیوم.کیت‌هالپر وعده می‌دهد که به زودی بازی‌های دیگری نیز درباره ایران از طریق این شرکت در دسترس مخاطبان قرار می گیرد. البته در بازی‌های دیگر این شرکت در عراق اتفاق می‌افتد، به وفور شما تصویر میزی را که روی آن (لا اله الا الله، محمد رسول‌الله) نقش بسته، در مکان‌های استقرار به اصطلاح تروریست‌ها می‌بینید.شرکت conflictهر چند که این شرکت تاکنون فقط چهار بازی با نام‌های:۱..conficț desert Storm۲. back to Baghdad۳.conflict Vietnam۴.conflict global stormبه بازار ارائه داده است ولی به علت ارائه گرافیک بسیار جذاب و استفاده از تاکتیک‌های واقعی جنگ، و... توانسته جایگاه خاصی در میان دوستداران بازی‌های جنگی پیدا کند. در این بازی‌ها بازیگر به جای هدایت یک نفر هدایت یک تیم چهار نفره را بر عهده دارد که هر کدام از این چهار نفر یک تخصص دارند مانند فرمانده، تک تیرانداز، تیربارچی و تخریبچی که هر کدام به سلاح مورد نیاز خود مجهزند. کاربر می‌تواند در طول بازی نقش خود را عوض و یکی از اعضای چهار نفره تیم را انتخاب کند و هدایت بقیه تیم را بر عهده بگیرد. شاید به جرات بتوان گفت واقعی‌ترین و شبیه‌ترین بازی به فضای واقعی جنگ باشد. کاربر برای پیروزی مجبور است خواسته یا ناخواسته اصول تاکتیکی را رعایت کند. اصولی چون جهت‌یابی و نقشه‌خوانی، رعایت استتار و اختفا، عملیات کمین و ضدکمین، استفاده از آرایش‌های صحیح، انتخاب بهترین نوع پیشروی و

چگـونگی پیشروی ماننـد حـالت آتش و حرکت، آتش و فریب و بسـیاری از اصول نظـامی دیگر.- در بـازی conflict desert Storm کـاربر در نقش نیروی دلتـای امریکا و یا نیروی اس.آ.اس انگلیس وارد عراق شـده و بازی می کنـد.- در بازی back to baghdad، کاربر در ۲۸ جولای ۱۹۹۰ به یـک دوره آموزش اعزام می‌شود و پس از آن در ۲آگوست ۱۹۹۰ به مرز میان کویت و عراق اعزام می‌شود و بـا گذرانـدن مراحل گوناگون ماموریت‌های مختلفی از قبیل نابود کردن مراکز نظامی، فرودگاه‌های نظامی، سایت‌های موشـکی و... را اجرا می کنـد. در دو مرحله بایـد موشک‌های اسـکاد را که به سـمت رژیم صـهیونیستی نشانه رفته قبل از شلیـك نـابود شود. در مرحله چهارم در ۱۹ ژانویه ۱۹۹۱ باید تعداد زیادی از موشک‌های سیار اسکاد عراق را که در شـمال غرب بزرگراه شماره ۱۰عراق نزدیک شـهر القائم مستقر شده قبل از شـلیك به سمت رژیم صهیونیستی نابود شود. یا در ۲۸ فوریه ۱۹۹۱ وارد جنوب بغداد شود و پس از یافتن مسیر ورودی یک کارخانه و عبور از چند لایه حفاظتی وارد کارخانه شود. این کارخانه محل تولیـد سـلاح‌های اتمی و رادیو اکتیویته است و در نهایت مقـداری پلوتونیم تولیـد شـده را پیـدا کرده و همچنین یك موشك را که کلاهـک آن باز شـده و احتمالا قرار است به یک کلاهک هسـته‌ای مجهز شود نابود کنـد.تولیـد سـلاح‌های کشـتار جمعی بارها از سوی امریکا علیه دولت عراق مطرح شـد و به همین دلیل نیز به این کشور حمله شـد ولی هیـچ‌گاه شواهدی دال بر این موضوع ارائه نشد بلکه ثابت شد دروغ و بهانه‌ای بود برای توجیه افکار عمومی برای حمله به عراق. اکنون نیز دروغ بزرگی علیه ایران یعنی سـعی در تولید سـلاح هسـته‌ای مطرح است. بازی حمله به ایران، به منظور توجیه افکار عمومی توسط شرکت کوماوار ساخته شده است.- در بازی Conflict Vietnam، کـاربر در نقش نیروهـای امریکا در نبرد ویتنام شـرکت می کنـد.- در بازی Conflict Global Storm کاربر در نقش سـرباز امریکایی به عنوان نیروی ضدترور بین‌المللی در سرتاسـر جهان به مبارزه با تروریست‌ها می‌پردازد.با دقت در مطـالب ذکر شـده می‌توان فهمیـد که رسـانه نوظهور بازی‌هـای رایـانه‌ای با توانمنـدی‌ها و ویژگی‌های خاص خود به عنوان ابزاری نوین برای عملیات روانی و قـدرت نرم دشـمن تبـدیل شده‌انـد. سـربازان رایانه‌ای بی‌هیچ‌گونه حساسیت، نظارت و کنترل تا عمق خانه‌هایمان نفوذ می کنند.! منبع : فصلنامه عملیات روانی

افق های تاریک روشن بازیهای رایانه ای

مرتضی اسکافی – مهین کوشک آباد

مقدمه : شاید امروز کمتر بچه ای به سـراغ بازیهای سنتی و محلی برود و برای گذراندن وقت خود با دوستان به کوچه برود و با آنها بازی کند . اکثر آنها ترجیح می دهند بیشتر وقت خود را در دنیای فناوری و دیجیتال بگذرانند و به بازیهای رایانه ای سـرگرم شوند .جاذبه بازیهای رایانه ای امروزی بسـیار شگفت انگیزتر از بازیهای سنتی قدیمی است و اینکه کودکان ، نوجوانان و جوانان و گاهی بزرگترها جذب اینگونه بازیها می شوند بی دلیل نیست . جوانان امروزی با عرصه های جهانی مواجه شده اند که مرزهای فیزیکی و جغرافیـایی کشورهـا و فرهنـگ را درنوردیـده است و فرهنـگ جهـانی رسـانه هـا برای آنها یك قـدرت متحـدساز و نوعی آموزش فرهنگی است که به آنها می آموزد چگونه مصـرف کنند ، چگونه رفتار کنند ، به چه فکر کنند ، احساساتشان چگونه باشد ، به چه اعتقاد داشـته باشـند ، از چه بترسـند و به چه تمایل داشـته باشند . گرچه بازیهای رایانه ای بعنوان یك ابزار تفنن و درجهت پرکردن اوقـات فراغت نوجوانـان و جوانـان ارزیـابی می شود امـا واقعیت این است که این بازیها در مقایسه با بازیهای فیزیکی و سـنتی سالم توسط اقشار و گروههای سنی متنوعی در سراسر جهان مورد استفاده قرار می گیرند که گروه سنی نوجوان به دلیل حساسیت بالا در ارضـای احسـاس کنجکاوی و اقتصادی سـنی خود و نیز رشـد دنیای سایبر در جامعه بیش از هرگروه و طبقه ای با این نوع بازیها در گیر و دارای مشـغله فکری اسـت .از سـوی دیگر دنیـای بازیهـای رایـانه ای و فعالیتهـای متـأثر از آن بـا تـوجه به مشـغله هـای فکری اجتماعی و اقتصادی که خانواده ها دارنـد و رها شـدن نوجوانان در انتخاب انواع بازیهای مورد نظرشان می تواند در حد فوق العاده

ای به نسل جوان و حتی جوان را تهدید کرده و با القای تفکرات و باورهای نا به هنجار به ذهن آنان فرهنگ جامعه را در آینده با دگرگونی های غیرقابل تصوری مواجه نماید .بازیهای رایانه ای به دلیل در اختیار قراردادن فضای تجربه مجازی باعث پرورش توانایی های ذهنی است . معیار اصلی در تعیین این بازه ها یکسانی اثرات موارد نامناسب موجود در محصولات بر مخاطبین که در یک گروه سنی قرار بگیرند اثرات موارد نامناسب بر روی آنها یکسان خواهد بود . پس از مشخص شدن گروه های سنی و معیارهای رده بندی ، استخراج چگونگی ارتباط مشخص نمودن این نکته است که وجود هر معیار منجربه قرارگرفتن محصول در کدام گروه سنی می گردد .تاریخچه بازیهای رایانه ای :در اوایل دهه ۶۰میلادی رایانه وسیله ای خاص و تا حدودی تجملی به شمار می آمد که در دسترس همگان نبود . راسل از دانشجویان دانشگاه ام آی تی نخستین بازی رایانه ای را با نام اسپیس وار نوشت که روی رایانه ای به نام PDP۱ که اندازه ای در حدود یک اتومبیل داشت اجرا می شد و داستان بازی همان جنگ سفینه ها بود که شما باید سفینه طرف مقابل را نابود می کردید .بعد از آن شرکت آتاری در سال ۱۹۷۲ با «پینگ» (یک بازی تنیس روی میز رایانه ای شده) آغاز شد و سپس هم در نظام سخت افزاری و هم در نظام نرم افزاری شروع به رشد کرد . مهاجمان فضایی (کلول و پاینر۲۰۰۰) بازی دیگری که در سال ۱۹۹۷ در شرکت تایتو نوشته شد . شامل عناصر کلاسیک یک بازی رایانه ای بود . پس از آن بازیهای ویدئویی سیر تکاملی خود را طی کردند ولی در ۵ سال اخیر با پیشرفت هایی که در سخت افزارهای ساخت و اجرای بازی ایجاد شده این محصول جایگاه خود را در جهان پیدا کرده است .چنانچه میزان درآمد و سود شرکت های فیلم ساز و بازیهای رایانه ای را ملاک قرار دهیم به گزارش بسیاری از سایتها صنعت بازیهای رایانه ای از سینما پیشی گرفته است . آمارها نشان می دهد که روند تولید بازیهای رایانه ای به ۴-۳ هزار بازی در سال می رسد و با شتاب زیاد در جامعه جهانی در حال گسترش است . (سایت جامع مدیریت ، مدیریار)در سال ۱۹۸۰ محققان شروع به ارزیابی تأثیر پرداختن با بازیهای رایانه ای – ویدئویی ، در حوزه های گوناگون شامل سلامتی ، هماهنگی چشم و دست ، عملکرد مدرسه و آسیب شناسی روانی کردند . نتایج اولیه ارائه شده در یک کنفرانس حمایت شده به وسیله آتاری در سال ۱۹۸۳ بر جنبه های مثبت پرداختن به بازیها تأکید داشت . (فانک و بوچمن ۱۹۹۶) پیدایش بنیاد ملی بازیهای رایانه ای : مصوبه پانصد و هشتاد و چهارمین جلسه مورخه ۳۱/۳/۱۳۸۵ شورای عالی انقلاب فرهنگی بازیهای رایانه ای به لحاظ تأثیرگذاری خود در زمینه فرهنگ سازی ، رشد و تکوین شخصیت فرهنگی و علمی و ایفای نقش های آموزشی و کمک آموزشی و همچنین پرنمودن بخشی از اوقات فراغت گروه های سنی مختلف جامعه از جایگاه ویژه ای برخوردار می باشد . بنا به اهمیت مزبور ، توجه بیش از پیش به برنامه ریزی برای تولید محصولات فرهنگی جدید (همچون بازیهای رایانه ای مناسب) و اهتمام ویژه به امر نخبگان جهت شناسایی و ساماندهی آنان به منظور بهره گیری بهتر از این قشر ممتاز از ضرورت بالایی برخوردار است .براساس این ضرورت بنیاد ملی بازیهای رایانه ای برای برنامه ریزی و حمایت از فعالیت های مرتبط در تمامی زمینه های فرهنگی ، هنری و فنی صنعت بازی های ویدئویی و رایانه ای زیرنظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تأسیس گردید . هدف از تأسیس بنیاد : تبیین ، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی – ایرانی از طریق این صنعت با نگاه ویژه به کودکان و نوجوانان .- حمایت کامل از ظرفیت های موجود این صنعت در کشور با رویکرد بومی سازی و تقویت داخلی و حمایت و نظارت بر گسترش فرآیند تولید ، تأمین ، واردات ، آماده سازی ، تکثیر و توزیع انواع بازیهای ویدئویی و رایانه ای .- تلاش در جهت تولید و تأمین دانش فنی و نیز امکانات و تجهیزات وابسته به آن در تمامی حوزه ها و قالب متفاوت سخت افزاری و نرم افزاری . وظایف بنیاد : – تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازیهای رایانه ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی برنامه ریزی و طراحی کلان در زمینه بازیها در ابعاد مختلف تفریحی ، آموزشی و کمک آموزشی .- استفاده از ظرفیت های داخل و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقاء صنعت بازیهای ویدئویی و رایانه ای .- تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کمی و کیفی واردات و صادرات محصولات بازیهای رایانه ای .- تلاش در راستای تأمین حقوق مادی و معنوی تولید

کنندگان و مصرف کنندگان بازیهای رایانه ای- برنامه ریزی و حمایت از اجرای دوره های آموزشی و پژوهشی مورد نیاز با هدف تقویت مبانی نظری ، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی در حوزه بازیهای رایانه ای- ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی- برگزاری ، حمایت ، شرکت در همایش ها ، جشنواره ها و بازیهای ملی ، منطقه ای و جهانی- ایجاد زمینه جهت رقابت های علمی ، فنی ، فرهنگی و هنری میان دست اندرکاران فعال در صنعت سرگرمی و بازی به منظور ارتقاء و رشد کمی و کیفی این صنعت- تلاش در جهت توسعه همکاریهای بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی در زمینه صنعت بازیهای رایانه ای (ویژه نامه دیده بان جوان « بررسی بازیهای رایانه ای ») نظام رده بندی بازیهای رایانه ای در ایران : اغلب کشورهای جهان در بحث بازیهای رایانه ای یک نظام رده بندی متناسب با فرهنگ ، ارزش های خود را طراحی کرده اند . در کشور ما نیز به دلیل تفاوت های زیادی که با فرهنگ غربی یا فرهنگ آمریکایی و اروپایی از ابعاد ارزشی و مذهبی وجود دارد بیش از هر کشور دیگری چنین نیازی احساس می شود . با این حساب از زمستان ۸۶ تا پایان تابستان۸۷ کار عمیقی با همکاری ۲۰ کارشناس مطرح کشور در قالب تیمهای مذهبی ، روان شناسی ، جامعه شنابا این حساب از زمستان ۸۶ تا پایان تابستان۸۷ کار عمیقی با همکاری ۲۰ کارشناس مطرح کشور در قالب تیمهای مذهبی ، روان شناسی ، جامعه شناسی و رسانه ای آغاز شد که طی آن نظام ملی رده بندی بازیهای رایانه ای با عنوان « ESRA » تدوین گردید .بر همین اساس رده های سنی بازیهای رایانه ای در قالب ۶ گروه سنی به ترتیب بالای ۳ سال ، ۷ سال ، ۱۲ سال ، ۱۵ سال ، ۱۸ سال و ۲۵ سال تعیین شد .درحال حاضر نظام های معتبر رده بندی بازیهای رایانه ای در جهان تدوین شده اند که از جمله آنها می توان به نظام رده بندی سنی ESRB در آمریکا و کانادا ، نظام رده بندی PEGI در اتحادیه اروپا و CSRO در ژاپن اشاره داشت .اما این نظام ها با وجو برخورداری از دقت بسیار بالا اکثر ارزشهای جامعه ما را پوشش نمی دهد . ویژه نامه نوروز ۸۸ روزنامه خراسان « گفتگو با بهروز مینایی رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای ») نگاهی به وضعیت بازی سازی در ایران : در ایران صنعت بازی سازی هنوز یک صنعت نوپا محسوب می شود . طبق اعلام بنیاد بازیهای رایانه ای ، تعداد تولیدکنندگان داخلی بازیهای رایانه ای به ۳۰ کشور می رسد و این درحالی است که تعداد بازیهای رایانه ای تولید شده توسط آنها از مرز ۱۵۰ اثر گذشته است . شاید بتوان اولین بازی جدی و کامل ساخته شده را همان بازی « رانندگی در شهر تهران » دانست که به رغم سرمایه گذاری هنگفتی که از سوی یک ارگان رسمی نیروی انتظامی) بر روی آن انجام شد به موفقیت موردنظر دست یافت . اکثر بازی سازان ایرانی از هزینه های بالای ساخت یک بازی گله می کنند و به تعداد زیاد متخصصانی که بایست بکارگرفته شود .بازار غنی ایران و میلیون ها بازی کننده مشتاق ایرانی که نشان داده اند در صورت عرضه بازیهای با کیفیت داخلی استقبال خوبی هم از آنها می کنند در کنار اهتمام و علاقه و رقابت روزافزونی که در میان بازی سازان ایرانی دیده می شود این امید را می دهد که در آینده ای نه چندان دور شاهد دوران شکوفایی این صنعت در ایران و لبریز شدن بازار عناوین خوب داخلی باشیم . معرفی برترین بازیهای رایانه ای با هویت ایرانی : ۱ – رانندگی در تهران : اولین مجموعه بازی مبتنی بر فناوری ایرانی با هدف آموزش و فرهنگ ترافیک در محیط شبیه سازی شده شهر تهران .۲ – لطفعلی خان زند : که در سال ۱۳۸۶ ساخته شده و بعنوان برترین بازی دومین جشنواره رسانه های دیجیتال انتخاب شد .۳ – مأمور ویژه : در این بازی ، بازیکن در جایگاه یک مأمور ویژه ، ابتدا خودروی خود را انتخاب می کند و در مراحل بعدی با کمک این خودرو به دنبال تعقیب و گریز در مرزهای شرقی قاچاقچیان را دستگیر می کند .۴ – مسابقات خیابانی : مسابقات خیابانی یک بازی سه بعدی در گونه « ژانر » شبیه سازی اتومبیل رانی است که بازیکن را در نقش یک راننده علاقه مند به مسابقات خیابانی قرار می دهد و طی اتفاقات و مسابقات متنوع در برخی از نقاط تهران بزرگ او را به یک راننده حرفه ای تبدیل می کند .۵ – قطار بازیها : نرم افزار قطار بازیها شامل ۸ قسمت و متشکل از بازیهای مختلفی اعم از مسابقات الاغ سواری ، باغ سحرآمیز ، تیراندازی ، گرگم به هوا ، دوتایی ها ، پازل ، نقاشی و کارتون است .۶ – فرهنگ ترافیک : بازی دوبعدی فرهنگ ترافیک با نمایی از خیابان های اصلی

اصفهان در ابعاد مختلف به آموزش مقررات راهنمایی و رانندگی می پردازد .۷ – پایان معصومیت : « ارشک » شخصیت اصلی این بازی یک مهندس است که در یک کارخانه پتروشیمی درنزدیکی عراق کار می کند در حالیکه ارشک دوست خود را در حمله هوایی جنگنده های عراقی از دست می دهد تصمیم می گیرد به فرار از چنگ نیروهای عراقی می گیرد که در همین حال با لیلا که یک باستان شناس است و در جستجوی بناهای تاریخی ایران است آشنا می شود و ... این بازی بعنوان برترین بازی المپیک بازیهای رایانه ای WCG شناخته شده است و در عین حال موفق به کسب ۵ جایزه از نخستین جشنواره رسانه های دیجیتال شده است .۸– والفجر ۸ : بازی رایانه ای والفجر۸ یک بازی استراتژیک برگرفته از ۸سال دفاع مقدس در مناطق جنوب ایران است .۹ – نجات بندر : این بازی به بخشی از تایخ ایران در زمان جنگ جهانی دوم و بیان ضرورت دفاع از میهن می پردازد .۱۰ – بهشت بازی : شامل یک مجموعه بازی با محتوای مذهبی و براساس داستانهای قرآنی ، تاریخ ، روایات ، از جمله بازی جنگ خندق است .۱۱– سفرهای ایرانگردی پویا و خپل : پویا پسری است که در آینده می خواهد بازرگان شود ، به همین دلیل به همراه بازرگانی به سفر می رود ، در این سفر به دلایلی از قافله جا می ماند و تنها می شود . پس تصمیم می گیرد که به تنهایی سفر خود را به دور ایران ادامه دهد .۱۲ – حسنی و لوبیا سحرآمیز : این بازی براساس داستان حسنی تنبل ساخته شده است . با این تفاوت که حسنی این بازی در ابتدای مسیر تغییر و تکامل قرار می گیرد و با استفاده از سیبهایی که مادرش در مسیر قرار داده است راه تعالی و خود سازی را می پیماید . این بازی دو جایزه را در نخستین جشنواره ملی رسانه های دیجیتال از آن خود کرده است .۱۳ – انرژی هسته ای : بازی رایانه ای انرژی هسته ای با عنوان عملیات ویژه یک بازی سه بعدی است که طی یک عملیات نظامی برای آزادی دانشمندان انرژی هسته ای ایران به تصویر کشیده شده است .۱۴ – عصر پهلوانان یا شاهنامه : این بازی نخستین بازی رایانه ای در جهان است که براساس آموزه ها و داستانهای اساطیری شاهنامه فردوسی ساخته شده است . بازی عصر پهلوانان که در سال ۸۷ ساخته شده در جشنواره رسانه های دیجیتال نیز بعنوان بازی برگزیده انتخاب شده است .۱۵ – سرزمین گمشده : بازی رایانه ای سرزمین گمشده با برداشت از سریال شب های برره ساخته شده است و جریان آن از این قرار است که پدر و مادر « امید » شخصیت اصلی بازی موفق به کشف فرمول غنی سازی نخود می شوند . تأثیر بازیهای رایانه ای بر شخصیت مخاطبین : الگوهای انجام بازیهای رایانه ای در کودک و انتخاب موضوع بازیها به ویژگی شخصیتی بستگی دارد . پس این احتمال مطرح می شود که واکنش های رفتاری بازیکنان پس از انجام این بازیها تا اندازه ای می تواند تحت تأثیر شخصیتهایشان قرار بگیرد تا کنون شواهد مختلفی نشان داده شده است متغیرهای شخصیتی بر پاسخهای بزرگسالان به بازیهای رایانه ای اثر می گذارد .کودکانی که وقت و پول بیشتری مصرف بازیهای رایانه ای می کنند نیز با لذت بخشی و هیجان انگیز بودن فراوان این بازیها به طور کامل موافق اند و به طور کلی آنها را بسیار خوشایندتر از هم نشینی با انسانها می دانند . از سوی دیگر از آنجائیکه کلوپ های بازیهای رایانه ای محلی برای گردآمدن همسالان است . این بازیها فرصتهایی را برای مشاهده دیگران و آموختن چگونگی رفتارشان فراهم می کند . این موقعیتها تنها حاصل خودبازی نیست بلکه محیط اجتماعی اینگونه کلوپها هم عامل مهمی در پدیدآوردن چنین تأثیرهایی است .بازیهای رایانه ای را می توان به شیوه های گوناگون و در چند بعد طبقه بندی کرد . ارائه یک طبقه بندی فراگیر و سودمند احتمالاً باید با تلاش برای شناسایی بعدها و ویژگی های اصلی و تمایز دهنده آغاز می شود . تمایز میان بازیها را می توان بر پایه هدف اصلی ، چگونگی انجام و کیفیت موضوعی آنها ایجاد کرد . در همین راستا مقوله هایی از بازیهای رایانه ای را که می توانند از همه جهات نقش آفرینی مثبت نماید عبارتند از : سرگرمیهای عمومی (مشتمل بر بازیهایی که در آنها ماجرای اصلی داستان گونه ، یا به شکل یک بازی جنگ و ویرانگری است) آموزشی شامل بازیهایی که در آنها محتوی اصلی مشتمل است بر یادگیری اطلاعاتی تازه یا یادگیری راه های تازه کاربر (اطلاعات) و ورزشی و غیرخشن (شامل بازیهایی که در آنها محور فعالیت اصلی ورزشهایی عاری از مبارزه یا ویرانگری است . عوامل موثر در جذب نوجوانان و جوانان به بازیهای رایانه ای : جاذبه درونی بازیهای رایانه ای برای

بازیکنان از چند عامل سرچشمه می گیرد . برخی از این عامل ها در خود بازیها وجود دارد حال آنکه بقیه ، ویژگیهای افراد است که بازیها را انجام می دهند . نتایج پژوهش های اولیه نشان داده است که بازیهای رایانه ای می توانـد واکنش هـای هیجانی گوناگونی را در بازیکن برانگیزد ، شاید واکنش های هیجانی ویژه ای بر نوع خاص محتوی و شیوه نمایش رخدادها در بازیهای رایانه ای وابسته باشد . گرچه به همین سان کسانی که مجموعه ویژگی های شخصیتی خاص دانـد ممکن است دارای زمینه لازم برای نشان دادن واکنش شدید به محتوی و شکل برخی از بازیها باشند . برخی بر این عقیده اند که بازیکنان از رایانه برای رهایی از موقعیت های تنش زای روانی بهره می برنـد . در این راستا کاربرد جنبه ای از علاقه آنان را به سرگرمیهایی نمایان می ساخت که ویژگی تحریک کنندگی ذهنی داشت . از سوی دیگر تعدادی اذعان می دارنـد که پرداختن به بازیهای رایانه ای پاسخی به کمبودهای زندگی است .عامل دیگر که بر این بازیها اختصاص دارد و آنها را از تلویزیون متمایز می کند ویژگی تعاملی آنهاست که بازیکنان با استفاده از آن می تواننـد رویدادهای بازی را به مهار خود درآورند . به دلیل جاذبه متنوعی که برای این محصولات وجود دارد مجموعه ای گوناگون ، این بازیها را در بر می گرفت . بازیهای سبک کلوپی که در آنها تأکید بر هماهنگی چشم و دست است . بازیهای ایفای نقش که در تصویر و صدا را به مضمونی ماجراجویانه می افزاید و بازیهای شبیه سازی که بازیکنان در آنها به رشد و تکامل سیستمها از شهرها گرفته تا کهکشان ها نظارت دارند تا از این رهگذر شکل زندگی را تغییر دهند .شواهد و اطلاعات گردآوری شده دال بر آنند که کلوپ ها و گیم نت ها ، حاوی عملکردهای منفی نیز هستند . مواردی مانند شرط بندی و قماربازی ها ، سیگار کشیدن ، رد و بدل شدن فحش و ناسزا بین کاربران ، دزدی پول ، رد و بدل شدن فیلمها و سی دی های نامناسب ، وجود مشروبات الکلی ، مواد مخدر و ... از جمله مسائلی هستند که در فضای کلوپها و گیم نتهای شهرهای مختلف ایران قابل مشاهده انـد . (قسمتی از مقاله دکتر علی بنی اسدی – با عنوان تأثیر بازیهای رایانه ای بر شخصیت کودکان و نوجوانان)

نقش والدین در استفاده صحیح فرزندان از بازیهای رایانه ای : واقعیت آن است که بازیهای رایانه ای به عنوان یکی از پدیده های جدید دانش بشری همچون دیگر ساخته های بشر دو لبه تیغ دارد . یک لبه آن استفاده صحیح و به کارگیری آنها در جهت رشد و تعالی است و لبه دیگر آن استفاده غلط و به کارگیری بازیهایی است که از جنبه های مختلف با روحیات فرد یا ارزشهای فرهنگی و خانوادگی او در تضاد است .در حال حاضر یکی از مشکلاتی که اغلب خانواده ها با آن دست به گریبان هستند ، آشنایی نداشتن با جنبه های مثبت و منفی بازیهای رایانه ای است حال آنکه اگر شناخت کافی در این زمینه وجود داشته باشد خواهیم دیـد که بازیهای رایانه ای به همین اندازه که می تواند تأثیرات ماندگاری بر رشد و تکوین شخصیت افراد داشته باشد داشته باشد به همان اندازه نیز در صورت انتخاب نادرست بازی قادر است اثرات مخرب و نامطلوبی برجای بگذارد .یکی از مسئولیتهای والدین در زمینه کنترل زمان بندی انجام بازیها ، تهیه بازیهای متناسب با سن فرزندان ، نظارت آشکار بر گیم نتها یا شبه گیم نتها می باشد . بی توجهی خانواده ها و عدم شناسایی والدین با محتوای بازیهای و همچنین سوءاستفاده برخی از عرضه کنندگان بازیها از نبود قوه نظارتی و استقبال بازی خورها از اینگونه بازیها، همه و همه دست به دست هم می دهند تا کودک و نوجوان و حتی جوان را به سمت و سوی ناهنجاری بکشانند .هریک از افراد جامعه همزمان با شکل گیری روحیه و تیپ فکری با هنجارها و ناهنجاریها آشنا می شود نقش هریک از ارکان جامعه از جمله خانواده و مدرسه در رشد و تکامل تیپ فکری افراد غیرقابل انکار است ، از این رو غفلت از وظایف خود گناهی نابخشودنی است . روان شناسان در بحث شکل گیری شخصیت رفتاری و گفتاری افراد به نقش ابزارهایی چون تلویزیون ، کتاب و مطبوعات تأکید دارنـد و اکنون با شکل گیری دنیای پیچیده بازیهای رایانه ای هشدارها درباره آسیب پذیری شخصیت بچه ها و تأثیرگذاری آن بر جامعه شدت یافته است . (روزنامه کیهان ، چهارشنبه ۲۹ شهریور ۱۳۸۵)

اثرات منفی بازیهای رایانه ای : رایانه و اینترنت مانند هر پدیده اجتماعی دیگر برخی پیامدهای روانی – اجتماعی را در پی دارد القاء خشونت و پرخاشگری ، القای برخی ارزشهای فرهنگی خاص و القائات سیاسی و عقیدتی و به همین ترتیب وابستگی رفتاری

که به رایانه و اینترنت پدید می آید .وابستگی رفتاری به اینترنت و رایانه صرف نظر از اینکه آن را یک بیماری ، آسیب روانی یا معضل اجتماعی بدانیم پدیده ای است مزمن ، فراگیر و عود کننده که به صدمات جدی جسمانی ، مالی و خانوادگی و اجتماعی و روانی همراه است . شخص وابسته به متعاقب وابستگی به آن دچار افت جدی در کارکردهای فردی و اجتماعی می گردد .وابستگی تکنولوژی به عنوان وابستگی غیرشیمیایی که شامل تعامل انسان و دستگاه است تعریف کرد . این وابستگی ممکن است انفعالی مثل تماشای تلویزیون یا فعال (اینترنت و بازیهای رایانه ای) باشد . (گریفیتز ۱۹۹۸) وابستگی رفتاری به اینترنت و رایانه : الگوی غیر انطباقی استفاده از اینترنت و رایانه که موجب تخریب و ناراحتی قابل ملاحظه از نظر بالینی می شود و با ویژگی های زیر تعیین می گردد .الف) هزینه روزافزون برای اینترنت و موضوعات مربوط به آن .ب) احساس هیجانهای ناخوشایندج) قابلیت تحمل و عادت کردن به اثراتد) افکار و رفتاری مشکل زا (امیدوار – صارمی ۱۳۸۱)اینترنت و رایانه فعالیتهای متنوع بسیاری دارد و این طور به نظر می رسد که بعضی از جنبه ها نسبت به جنبه های دیگر حالت وابستگی رفتاری بیشتری دارند . (یانگ ۱۹۹۹)بازیهای رایانه ای و ویدئویی فرصتهایی را برای یادگیری مشاهده ای فراهم می آورد . افزون بر اینکه برخلاف حالت فعل پذیر تماشای تلویزیون بازیهای الکترونیکی ، جنبه فعال بودن را اضافه کرده اند که اثر پرداختن به بازیها را تشدید می کند . (فانک و بوچمن ۱۹۹۶)بازیهای رایانه ای به وسعت فراوان توأم با هیجان های شدید هستند و از سوی دیگر مولفه های هیجانی اکثر بازیهای رایانه ای ، هیجانهایی نظیر پرخاشگری ، خصومت و خشم است (مهرابیان و ویکسن ۱۹۸۶) آسیبهای جسمانی : استفاده افراطی از بازیهای رایانه ای می تواند به بروز آسیبهای چشمی منجر شود . درواقع در زمان استفاده از بازیهای رایانه ای بی توجهی به اصول پزشکی و رعایت نکردن یکسری استانداردها می تواند آسیبهای گوناگون جسمانی در پی داشته باشد که عمده آنها عبارتند از : آسیبهای چشمی ، اسکلتی ، عوارض سیستم اعصاب مرکزی و واکنش های قلبی و عروقی ، تغییر در سوخت و ساز بدن ، چاقی ناشی از کم تحرکی ، آسیبهای پوستی ، خستگی مزمن و عوارض گوارشی آسیبهای روانی و تربیتی : از آنجا که در بسیاری از بازیهای رایانه ای نامناسب محور بازی خشونت آمیز است و فرد باید برای رسیدن به مراحل بعدی دائم با نیروی دشمن در جنگ باشد ، استمرار انجام این بازیها کودک را پرخاشگر و ستیزه جو بار می آورد . انزوا طلبی :سپری کردن ساعتهای متمادی برای بازی با رایانه سبب جدا شدن و انزوا افراد از محیط و وارد آمدن آسیب به روابط اجتماعی و خانوادگی فرد می شود و تبع آن مشکلات روانی و اجتماعی متعددی برای فرد ایجاد خواهد شد . ارائه اصول غیراخلاقی : ارائه شخصیت هایی با ویژگیهای ضداخلاقی و پوشش های نامناسب در کنار منزوی شدن نوجوانان می تواند سبب نهادینه شدن ارزشهای منفی اخلاقی شود . هویتهایی که در برخی از این بازیها از زن و مرد به نمایش گذاشته می شود خالی از عاطفه ، خشن و ستیزه جوست . القائات سیاسی و فرهنگی : دنیای مجازی نزدیک به واقعیت که در این بازیها به تصویر کشیده می شود به قدری جذاب است که مخاطب تحت تأثیر تمام باورهایی قرار می گیرد که طراحان این بازی به او القا می کنند . از ابتدای شکل گیری بازیهای ویدئویی و رایانه ای القائات سیاسی و فرهنگی جزء جدائی ناپذیر در بسیاری از این بازیها بوده است . (ویژه نامه روزنامه خراسان ، نوروز ۸۸)از آنجائیکه در سال تحصیلی معمولاً کودکان به طور متوسط روزی ۵ تا ۶ ساعت وقت خود را به مدرسه و درس خواندن اختصاص می دهند این در حالی است که بعد از این مدت مغز باید استراحتی داشته باشد تا بتواند اطلاعات بعدی را دریافت کند اما کودکان گاهی در زمانی که وقت استراحت آنهاست در حال انجام این بازیها هستند . در این زمان مغز آمادگی لازم را برای فعالیتهای بعدی خود را از دست می دهد و خستگی جسم باقی می ماند و حجم عظیمی از اطلاعاتی که می تواند وارد مغز شود و کارایی داشته باشد حذف می شود . مغز نیز عادت می کند که به آن قسمت از اطلاعات کاری نداشته باشد و به جای صد در صد استفاده از اطلاعات در نهایت ۳۰ تا ۴۰ درصد بیشتر استفادهنمی کند و این مسأله ضرر بسیاری به حجم اطلاعاتی مغز کودک وارد می کند . (روزنامه شهرآراء . سال اول . شماره ۶۱) کاربردهای مثبت بازیهای رایانه ای : تاکنون پژوهش های مختلفی درخصوص اثرات بازیهای

رایانه ای انجام شده است . نتایج این پژوهش ها گرچه عمدتاً به اثرات منفی بازیهای رایانه ای اشاره دارد ، لیکن برخی نتایج نیز حاکی از اثرات مثبت این بازیها بر روی کودکان و نوجوانان از جنبه های مختلف می باشد . در عین حال باید اذعان داشت که برخی از مطالعات انجام شده وجود آثارمنفی بازیهای رایانه ای را به صورت جدی زیر سوال برده و وجود اینگونه آثار را قابل تردید می دانند . کسانیکه به اثرات مثبت بازیهای رایانه ای معتقدند بیشتر بر اثرات آموزشی آن تأکید دارند . از این رویکرد رایانه ها به دلیل ویژگی های سمعی و بصری و نیز امکان تعامل میان بازیکن و بازی می تواند نقش مهمی در آموزش و انتقال مطالب ایفا نمایند .اثرات آموزشی : با وجود اینکه بسیاری از خانواده ها تصور می کنند بازی با رایانه باعث می شود که زمان زیادی از اوقات کودکان بدان اختصاص یافته و در نتیجه منجر به افت تحصیلی آنها شود . لیکن برخی پژوهش های انجام شده به اثرات مثبت اینگونه بازیها بر روی میزان یادگیری کودکان و نوجوانان پرداخته اند و ضمن آن تأثیر بازیهای رایانه ای را بر روی افت تحصیلی رد کرده اند .متخصصان دریافته اند که می توان از نرم افزارهای مختلف به عنوان عاملی جهت انجام کارهای گروهی ، راهنمای کلاسی و مشاوره ای برای معلمان به منظور تهیه برنامه درسی و چگونگی مدیریت کلاس استفاده کرد . بازیهای ویدئویی و رایانه ای ممکن است منافعی داشته باشند که در شیوه های دیگر آموزشی وجود نداشته باشد . مثلاً توان انتخاب راه حل ها در یک بازی خیالی به دانش آموزان این امکان را می دهد که در محیطی نسبتاً ایمن حل مسئله را تجربه کنند . ۱ – آموزش درسها : نرم افزارهای مناسب و با کیفیت توانایی تحولی دانش آموزان را تقویت می کنند و این در حالی است که از روشهای جالب توجه ، طنزگونه ، دلچسب ، که کودکان از طریق آن بهتر یاد می گیرند استفاده می کنند . ۲ – آموزشهای دانشگاهی و نظامی (شبیه سازی) : به نظر می رسد بازیهای شبیه سازی یک شیوه پذیرفته شده جهانی برای آموزش باشد . بازیهای رایانه ای روشی را ارائه می کنند که در آن دانش آموزان وارد دنیاهای کوچک سه بعدی می شوند . در این دنیاها دانش آموزان در یک محدوده خاص مطالعه نمی کنند بلکه تبدیل به بخشی از سناریو می گردند . بدین ترتیب در آنها انگیزه و شوق به وجود می آید . تفاوت دنیاهای کوچک با شبیه سازی در آن است که در دنیاهای کوچک محدوده ساده ای به فرد ارائه می شود که می تواند شکل آن را تغییر داده و به تحقیق روی ایده های پیچیده بپردازد . ۳ – ارائه خدمات مشاوره ای : از دیگر کاربردهای بازیهای رایانه ای استفاده از آنها برای خدمات مشاوره ای می باشد که بخش عمده این مشاوره در مدارس انجام می پذیرد . در مناطق مختلف مشاوران در حال مشاوره با آموزگاران هستند تا بتوانند از طریق فعالیتهای زنده رایانه ای و پست الکترونیکی بین جوانان در معرض خطر و شهروندان مسن تر ارتباط نسلی برقرار کنند . ۴ – آشنایی با عملکرد برخی نهادها و سازمانها : در کنار سایر توان مندیهایی که بازیهای رایانه ای از آنها برخوردارند می توان به بازیهایی اشاره نمود که کودکان از طریق آنها می توانند با عملکرد برخی از نهادها و سازمانها آشنا شوند . ۵ – افزایش خلاقیت : از دیگر اثرات مثبت بازیهای رایانه ای افزایش خلاقیت می باشد . به طور کلی ساختار برخی از بازیها به گونه ای است که کودکان ناگزیرند برای دستیابی به موفقیت از شیوه های مبتکرانه سود جویند و این امر باعث افزایش قوه خلاقیت آنها می گردد . کودک در حین بازی تلاش می نماید با بهره گیری از توانائی های فکری خود روشهایی را انتخاب نماید که او را سریعتر به راه حل نهایی هدایت نماید .برخی شواهد نشان می دهد که مهارتهای مهمی می توانند از طریق بازیهای ویدئویی ایجاد تقویت و ساخته و پرداخته شوند . مثلاً بازی ویدئویی باعث می شود تا نمرات کودکان و نوجوانان در تصویرسازی فضایی افزایش می یابد . ۶ – تقویت قوه ادراک : پیچیدگی های ذهنی باعث می شود کودک با بکارگیری توانایی های فکری خود بکوشد به رموز بازیها پی برد و تلاش نماید حرکات سایر رقبا را در طی بازی پیش بینی نموده و عکس العمل مناسبی برای مقابله با آن بیابد . این امر تنها زمانی امکان پذیر است که بازیکن از قدرت درک بالایی برخوردار باشد . برخی از بازیها به کودک امکان می دهند تا عقاید و تخیلات خود را بیان کرده و یا با این روشهای از پیش تعیین شده ، پاسخهایی خلاق به سوالات بدهد . اثرات جسمانی : بازیهای رایانه ای دارای اثرات مثبت جسمانی نیز می باشند . این اثرات عبارتند از : ۱ – افزایش مهارتهای

عضلانی : کودکان در هنگام انجام بازیهای رایانه ای ممکن است از موشواره ، جوی استیک و یا کیبورد استفاده کنند . استفاده از هر یک از این وسایل باعث افزایش مهارتهای عضلانی دست آنان برای انجام کارها می گردد . زیرا کودک به هنگام استفاده از این وسایل باید در مدت زمانی معین حرکات سریعی را انجام دهد و درغیر اینصورت امتیاز لازم را کسب نخواهد کرد . ۲ – ایجاد هماهنگی بین چشمها و دستها : بهبود عملکرد ادراکی – حرکتی شامل : دریافت ، یکپارچه نمودن و سازمان دادن محرکهای حسی می باشد . که اجازه برنامه ریزی و اجرای حرکتهای هدفمند را به فرد می دهد (ویلیام سون ۱۹۸۷) عملکرد ادراکی – حرکتی شامل عملکرد دامنه وسیعی از مهارتها شامل : مهارتهای حرکتی – چشمی (برای مثال : ثبات دیداری . ردیابی دیداری ، جستجوی دیداری) مهارتهای ادراك دیداری – مهارتهای دیداری – حرکتی و مهارتهای حرکتی ظریف را در بر می گیرید . اثرات روانی : ۱ – تخلیه هیجانی : با وجود اینکه بسیاری از والدین و کارشناسان انجام بسیاری از بازیهای ویدئویی را بدلیل ایجاد هیجانهای کاذب و پیامدهای ناگوار این هیجانات منع می کنند لیکن رویکردهایی نیز اینگونه بازیها را مشابه فیلمهای تلویزیونی دانسته و معتقدند بازیکنان نیز مانند بینندگان تلویزیون و سینما کاملاً متوجه غیر واقعی بودن این فیلمها می باشند . آنان معتقدند اگر روزنامه ها مربوط به رایانه را بخوانند احتمالاً به این خط تکراری بر می خورید که من بازیهای ویدئویی خشونت آمیز بازی می کنم ولی بعد از آن دلم نمی خواهد کسی را بکشم . این امر بدان علت است که همه می دانند قتل از لحاظ اخلاقی توبیخ می شود . اما از لحاظ استراتژیکی برای دفاع شخصی و یا برای کشتن یك دشمن بزرگتر قابل توجیه است . ۲ – ایجاد اعتماد به نفس : نتایج برخی پژوهشها نشان داده است نوجوانانی که در سایر زمینه ها نسبت به وجود لیاقت و شایستگی در خود دچار تردید هستند از طریق بازی مستمر و پیشرفتی که در طول زمان بدست می آورد از این حس رهایی می یابند . ۳ – افزایش برون گرایی : تعاملات مدام با شخصیتهای مختلف در بازیها باعث افزایش ارتباطات و برون گرایی کودکان می گردند . زیرا آنان به نوعی این ارتباط را از دنیای مجازی به دنیای واقعی می کشانند . اثرات درمانی : ۱ – ترمیم عضلات تنفسی : در برخی از بازیهای ویدئویی بازیکن با استفاده از دم و بازدم خویش باید بازی را انجام دهد .این امر می تواند ماهیچه های عضلانی سیستم تنفسی او را تقویت نماید .۲ – کاهش درد و اضطراب کودکان بیمار : برخی از پزشکان از بازیهای رایانه ای به عنوان یك شیوه درمانی نوین استفاده می کنند این بازی می تواند در کاهش تبعات درد شیمی درمانی در کودکان مبتلابه سرطان موثر باشد زیرا بسیاری از کودکان از طریق شیمی درمانی تحت معالجه قرار می گیرد که یکی از عوارض شیمی درمانی تهوع شدید است . بررسی ها نشان داده است میزان تهوع کودکانی که از پس از شیمی درمانی به بازی رایانه ای می پردازد بسیار کمتر از کودکانی است که بازی می کنند .۳ – کاهش اختلالات مغزی و فزون کنشی : نتایج برخی پژوهش ها نشان می دهد که بازیهای ویدئویی باعث تحریك مغز می شوند بنابراین افرادی که در مغزشان آسیبی وجود دارد می توانند از بازیهای ویدئویی برای افزایش تحریك ناحیه آسیب دیده استفاده کنند .۴ – کاهش اختلالات تکلمی : پژوهشگران برای آموزش سرعت گفتار ، نرم افزاری تهیه و ارائه کرده اند که اولا برای تمامی گروه های سنی که قادر به خواندن نیستند جذابیت دارد . ثانیاً بازیگران با پسخوراند شنوایی و بینایی که در جریان بازی بدان ها ارائه می گردد می توانند سرعت گفتارشان را متعادل کرده .۵ – کاهش اختلالات حواس : در یك آزمایش برای درمان کودکانی که دچار اختلال حواس بودند از تی وی گیم که یکی از وسایل انجام بازیهای ویدئویی است استفاده کردند که بسیار موثر بوده است و به کودکان تمرکز قابل توجهی داده است . همچنین نتایج آن با شیوه درمان دارویی بسیارمتفاوت بوده است . یعنی بدون عوارض جانبی در طول زمان ۶ ماه پژوهشگران توانستند کودکی را که بسیار بی توجهی داشت و بی قرار بوده ، آرام بنشانند و ساعتها او را در آرامش نگهدارند و مهمتر اینکه او را برای دریافت آموزش عادت دهند . اثرات اجتماعی : رایانه و فناوری وابسته از جمله بازیها می توانند تعاملات اجتماعی را در خانه تسهیل نمایند از آنجا که استفاده از رایانه در براخی از آموزشها نیاز به فرصتهایی بای مداخله و نفوذدیگران فراهم می کند باعث می شود که تعاملات اجتماعی در این مداخلات اتفاق افتد . جنبه دیگر اینکه رایانه

ممکن است تعاملات اجتماعی با افراد بیرون از خانه ، از طریق پست الکترونیکی و اینترنت افزایش دهـد . افزایش روابط اجتماعی : اگرچه انجـام بازیهای رایانه ای به عنوان فعالیت تفریحی به تنهایی توصـیف شـده است و تحقیقات روی اثرات بازی ویـدئویی روی تصویر قـالبی شـده فعالیت ها به تنهایی متمرکز شـده است اما واقعیت این است که انجام بازیهای ویـدئویی تعاملات اجتماعی را نیز برمی گیرد که نادیـده گرفته شده است . (دیده بان جوان بهمن ۸۷) نتیجه گیری: از آنجایی که بازی های رایانه ای به پر مصـرف ترین و مهم ترین ابزار سـرگرمی در جهان تبـدیل شده است کودکان و نوجوانان بی شـماری در جهان ،روزانه زمان قابل توجهی را برای بـازی کردن مصـرف میکننـدوکشور مـا نیز از این موضوع مسـتثنی نمی باشـد وهمـان گونه که بازیهـای رایانه ای باعث رشـد خلاقیت و مهارت های عملی در کاربران می شوداثرات مخربی نیز به همراه دارد بنابر این ضـروری است با نگاهی دقیق و تیز بینانه به موضوع بنگریم که از جمله میتوان به نظارت مستمر بر مـدیریت گیم نت هاو کلوپ ها در جهت جلو گیری از رشد بی رویه و نا متنـاسب آنهـا ،برنـامه ریزی دقیـق ومنظم برای پر کردن اوقـات فراغت که یکی از مهمـترین وظـایف سازمـان هـای فرهنگی است و مـدیران ایـن سازمـان هـا وظیفـه مهمی را در جهت دهی برنـامه هـاو برنـامه ریزی برای تـدوین برنـامه فراغـتی دارای جـذابیت برای نوجوانان بر عهـده دارنـد.تـدوین برنامه های بومی و متناسب با ارزش های اسـلامی– ایرانی گام مهمی در عـدم اسـتقبال نوجوانان ،جوانـان از برنـامه هـای نـا متناسب می باشـد.دقت و توجه والـدین در مورد انتخاب بازی های رایا نه ای ،متناسب با سن فرزنـدان و نحوه کنترل و مراقبت غیر مسـتقیم فرزنـدان در خصوص رفت و آمـد در بیرون از خـانه بایـد مـد نظر قرار گیرد. منـابع و ماخـذ: ۱– امیدوار،احمد– صارمی ،علی اکبر ۱۳۸۱،اعتیاد به اینترنت،انتشارات تمرین ،مشهد. ۲–پژوهش دکتر علی بنی اسدی با عنوان (تا ثیر بـازی های رایا نه ای بر شخصـیت کودکان و نوجوانان). ۳–ویژه نـامه دیـده بـان جوان (ویژه بازی های رایا نه ای)بهمن ۸۷موسسه خدمات مشاوره ای جوانان و پژوهش های اجتماعی آستان قدس. ۴–مصاحبه با آقای دکتر بهروز مینایی رییس بنیاد ملی بازی های رایانه ای. ۵–روزنامه کیهان ،چهارشنبه ۲۹شهریور ۸۵ ۶–روزنامه شهرارا شماره ۶۱ ۷–سایت جامع مدیریت (مدیر یار) modiryar . com www.farsnews.com۸ ۹.buchman.d.funk.۱۹۹۶ childrenes tim commit ment and geme preference. ۱۰.Griffiths M.D.Hunt.N۱۹۹۸ Depende nce on computer games by adolescents۱۱.Young ۱۹۹۹ internet addion sym ptoms evalua tion and treatment inlvande creek jakson. گردآورندگان: مرتضـی اسکافی (رئیس هیات مدیره اتحادیه محصولات فرهنگی) (رئیس هیات مدیره شرکت دهکده سرگرمی های پارسه) مهین کوشک آباد (کارشناس مطالعات خانواده)

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات

مهدی رشکیانی – مرتضی قنبرآبادی

چکیـده : از نیمه دوم قرن بیسـتم جهـان وارد عصـر تـازه‌ای شـد. تحولاـت پرشـتاب علمی و فن‌آوری در زمینه ترانزیسـتورها، موتور محرک این تحول بوده است. ابتـدا بـا ورود کـامپیوتر به بازار و در ادامه در حوزه اطلاعات و ارتباطات، کامپیوترها به فن‌آوری‌های ارتبـاطی (تلفن و تلویزیون) پیوسـتند و انقلاـب «فن آوری اطلاعـات و ارتباطـات» به وقوع پیوست. اجزای این انقلاب، دسـتگاههای فیزیکی نبودنـد، بلکـه «بیت‌هـا» بودنـد. اجزاء "فـن‌آوری اطلاعـات و ارتباطـات ("Communication and Information Technology)، زبانهـای برنامه‌نویسـی و نرم‌افزارها، صـفحات وب"، اتاقهای گفتگو ("Chat Room")، ایمیل ("E-mail")، فایل‌های mp۳، معاملات اینترنتی، پول الکترونیکی، دولت الکترونیکی و از این قبیل هستند. بیشتر مطالعات در زمینه تأثیر فن‌آوری اطلاعـات و ارتباطات (ICT) بر رشـد و بهره‌وری اقتصـادی، حـاکی از اثر مثبـت و معنی دار ایـن فـن‌آوری هـا بر رشـد و بهره‌وری اقتصادی در دهه ۱۹۹۰ است. برخی مطالعات، چنین رابطه مثبتی را در کشورهای در حال توسعه نیز تاییـد می کننـد. هـدف از این

مقاله، بررسی سمت و سوی عرضه فناوریهای اطلاعات و ارتباطات در کشورهای آسیایی و اروپایی و نقش آن بر بهره‌وری اقتصادی این دو گروه کشورها می‌باشد. کلمات کلیدی:فناوریهای اطلاعات و ارتباطات، بهره‌وری، اقتصاد، کشورهای اروپایی، کشورهای آسیایی.۱- فناوری های اطلاعات و ارتباطات و بهره وری اقتصادی"فن‌آوری های اطلاعات و ارتباطات ("ICT")، از تلفیق سه حوزه" اطلاعات ("Information")، کامپیوتر ("Computer") و" ارتباطات ("Communication") پدید آمده است. بخش کامپیوتر، به عنوان سخت‌افزار و تأمین کننده تجهیزات و ادوات لازم، داده‌ها و اطلاعات، به عنوان مواد اولیه در درون شبکه عمل می‌کنند و ارتباطات مخابراتی، وظیفه برقراری ارتباط بین دو بخش دیگر را برعهده دارد. (Dedrick, ۲۰۰۱, P ۱۵)براساس طبقه بندی صنعتی استانداردهای بین‌المللی، بخش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، بصورت زیر طبقه‌بندی می‌شود:تولید ماشین‌آلات اداری و حسابگرتولید تجهیزات رادیو، تلویزیون، وسایل ارتباط راه دور و قطعاتتولید تجهیزات الکترونیکانتقال دهنده‌های رادیویی و تلویزیونیگیرنده‌های رادیویی، تلویزیونی، ضبط صوت، ویدئو و قطعات مربوطهپست و ارتباطات راه دورکامپیوتر، سخت‌افزار، نرم‌افزار و صنایع وابسته به آن (بختیاری، ۱۳۸۰، ص۱۱).بسیاری از اقتصاددانان که در قالب بهره‌وری مشغول به تحصیل هستند، فناوری اطلاعات و ارتباطات را به عنوان هسته اصلی تغییرات فنی زمان حاضر می‌دانند و سعی در کمی کردن اثر آن دارند (Pahjola, ۲۰۰۱, p ۱۷).در بعضی تعاریف، اقتصاد جدید با دو مؤلفه مشخص می‌شود: یکی جهانی شدن که در جهت قانون زدایی، تجمع بازارهای جهانی در زمینه کالاها، نیروی کار و سرمایه و افزایش رقابت است و دیگری انقلاب تکنولوژی بر پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات همه منظوره، که موجب افزایش رشد اقتصادی و بهره‌وری شود. در تعاریف اخیر، اقتصاد جدید، اقتصادی است که با استفاده از تولید و بکارگیری محصولات و خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات از رشد بالای تولید و بهره‌وری برخوردار باشد (Barro and et al, ۱۹۹۸, p ۲۲).در کنار آمریکا، در بعضی از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، تولید و بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی شده است و از بین کشورهای توسعه یافته می‌توان به استرالیا، سوئد، فنلاند و ایرلند اشاره کرد که به جهت تولید فناوری اطلاعات و ارتباطات بهره‌مند شده‌اند.در حال حاضر، فناوری اطلاعات و ارتباطات، جزء اصلی اقتصادهای توسعه یافته بشمار می‌آید.جریان فن‌آوری در فرآیندهای مختلف اقتصادی مؤثر است، به گونه‌ای که این فناوریها، از لحاظ اقتصادی و در کنار عوامل تولید، منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری در تولید و نهایتاً افزایش رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته گردید و به دنبال آن با اندکی تأخیر، این تأثیر در برخی از کشورهای در حال توسعه نیز مشاهده شده است (Jorgenson and siroth, ۲۰۰۰, p ۱۲۱).در جریان رشد اقتصادی، تغییرات تکنولوژیک نقش مهمی ایفا می‌کنند. تغییرات تکنولوژیک در پیوند با تحول روشهای تولید است که منبعث از نوآوری و استفاده از روشهای نوین در تولید می‌باشد. تغییرات تکنولوژیک سبب افزایش بهره‌وری کار، بازدهی سرمایه و سایر عوامل تولید می‌شود". کورنتس ("Cornets") پنج روند مجزا در رشد تکنولوژیک و اثر آن بر رشد اقتصادی نوین مشاهده کرده است. این پنج روند، عبارتنداز: کشف علمی و یا افزایش دانش‌های فنی، اختراع، نوآوری، بهبود در تکنیک که معمولاً گسترش یک اختراع خود به خود با بهبود نسبی همراه خواهد بود (قره باغیان، ۱۳۷۲، ص۲۴).به طورکلی، در دهه ۱۹۹۰، تحول بسیار مهمی با عنوان «انقلاب فن آوری اطلاعات و ارتباطات»، در صحنه اقتصاد اتفاق افتاده است که در واقع، پایه اقتصاد جدید را تشکیل داده و بر رشد اقتصادی آمریکا و برخی کشورهای دیگر تأثیر بسزایی گذاشته است. در مرکز این تحول اطلاعاتی، شبه رساناها یا نیمه هادی‌ها، قرار داشت که منجر به کاهش سریع قیمت نیمه هادی‌ها شد و نیمه هادی‌های ارزان، اجازه گسترش سریع در تولید کامپیوترها و وسایل ارتباطی را داده و در نهایت، قیمت‌ها در سایر فعالیتهای اقتصادی را بشدت کاهش دادند. کاهش سریع قیمت کالاها که از" فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات ("ICT") بهره‌مند بودند، باعث انجام سرمایه‌گذاری فوق‌العاده در این کالاها شده و منجر به تعمیق سرمایه و تغییر در سازماندهی تولید سایر کالاها در اقتصاد شد و افزایش رشد بهره‌وری و تولید را به

ارمغـان آورد.افزایش بهره‌وری، به دلیـل تـأثیر فن‌آوری اطلاعـات در سه محور کلی تـأثیر می‌گـذارد: اول، تغییرات فن‌آوری بـاعث رشـد در بخش نوآور می‌شود. دوم، کـاهش قیمت وسایـل تولیـدی جدیـد توسط بخش‌های نوآور اقتصاد، باعث تعمیق سـرمایه در اقتصـاد در مقیـاس وسیع شـده و درنهایت، باعث سازمانـدهی دوباره تولیـد برای کالاهای سـرمایه‌ای در قالب فن‌آوری‌های جـدید می‌شود. (Jorgenson and Stiroh,۱۹۶۷,p ۱۱)کاهش قیمت محصولات ICT نیز، از دو روش باعث به کارگیری فن‌آوری اطلاعات در فعالیتها می‌شود. اول، کاهش قیمت، باعث کاهش هزینه خریـد وسایل ICT می‌گردد. دوم، این کـاهش نرخ ، منجر به افزایش به کـارگیری از این وسایـل می‌شود و چون تولیـد کننـدگان به دنبال حـداکثر سازی سود خود هسـتند؛ بنابراین در پاسـخ به کـاهش قیمت وسایل ICT، اقـدام به جانشـین کردن وسایل و تجهیزات ICT به جـای سایر نهاده‌ها در فرآینـد تولیـد خود به عنوان یک نهاده می‌کنند. (Jorgenson and siroth, ۲۰۰۰, p ۱۲۵).افزایش توان و سـرعت" تولید اطلاعات ("Information Produce)، ارزان شـدن نسبی قیمت سـخت‌افزار و نرم‌افزار و رواج اسـتفاده از سیسـتم‌های مکانیزه، باعث بوجود آمـدن نظام‌های اطلاعـاتی بهینه و دسترسـی سـریع و آسـان به اطلاعـات، امکـان انجـام محاسـبات و مبـادله داده هـا بـا سـرعت بسـیار بالاـو در پهنه جغرافیایی وسیع تر و دسترسـی مشترک و همزمان به منابع اطلاعاتی شده است. این تحولات، باعث ایجاد تغییرات اساسـی در نحوه کسب و کـار از جمله پدیـد آمـدن" تجـارت الکـترونیکی ("Electeronic Commerce) و تجارت‌هـای مرتبـط بـا فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و صـنایع مربوط شده است. در این شرایط، نه تنها هزینه تولید بنگاههای اقتصادی کاهش می‌یابد بلکه افزایش کـارآیی تجاری و انجـام مبادلاـت به روشـهای الکترونیکی باعث افزایش ارزش افزوده و سود بنگاهها شـده است.وجود انگیزه‌های مضاعف در خصوص کاهش هزینه‌ها، افزایش درآمـدها و ارتقاء بهره‌وری، سـبب می‌شود که بنگاهها، سودهای بـدست آمـده را به سرمایه‌گذاری تبدیل کنند. این موضوع در کنار ایجاد صنایع تولیدی و خدماتی جدید در اقتصاد، می‌تواند فرصتهای شغلی جدیدی را در اقتصـاد بوجود آورد (Jorgenson and siroth , ۲۰۰۰, p ۱۵۲). بنـابراین، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات می‌توانـد به عنـوان فعـال کننـــده و محرک بخش‌هـای دیگر عمـل نمایـد. ایـن پدیـده بـا تغییری کـه در سازمـان تولیـد از طریـق خودکارسـازی فرآینـدهای تولیـد و کارآمـد سازی آنها و تحول در مبانی تصـمیم‌گیری و ارتباطات و نهایتاً ایجاد روحیه نوآوری بوجود می آورد، می‌توانـد مزایـایی را به شـرح زیر ایجـاد کنـد:– ارائه تولیـدات مشابه با هزینه تمام شـده کمتر– افزایش سـطح تولیـدات با هزینه‌های یکسـان– افزایش سـرعت در تهیه و تـدارک عوامل تولیـد و نیز عرضه محصولات بـدون نیاز به افزایش هزینه (بختیاری، ۱۳۸۰، ص ۱۳۱).ایجاد مزایای فوق‌الـذکر، می‌تواند تأثیر شـگرفی در افزایش تولید، سود، سـرمایه‌گذاری و اشـتغال داشـته باشد.از ابتدای ورود اصـطلاح بهره‌وری به ادبیـات اقتصـادی بیش از یک قرن می‌گـذرد. با وجود اینکه از آن زمان به بعـد مطالب جدیـدی به آن اضافه شـده است، لیکن تـاکنون تعریف دقیق و جـامعی از این واژه توسـط علمـای علم اقتصاد مطرح نگردیـده است. از اوایل قرن بیسـتم، اقتصاددانـان به این واژه، مفهـوم دیگری دادنـد". آلـبرت آنتـالیون ("Albert Antalion) در سـال ۱۹۱۱ بهره‌وری را بـه مفهـوم امروزی آن به کار برده است. به عقیـده وی، بهره‌وری به مفهوم رابطه بین حجم تولیـد و مدتی معین و حجم کل عوامل تولید اسـت (بخشعلی، ۱۳۷۵، ص ۱۲۹").سازمان همکاری و توسـعه اقتصادی ("OECO)، مفهوم بهره‌وری را مساوی نسـبت خروجی تولید به یکی از عوامل تولیـد دانسـته است". سازمان بین‌المللی کار ("ILO)، بهره‌وری را به این صـورت تعریف کرده است که کالاهـا در نتیجه چهار عامل زمین، سـرمایه، نیروی کار و مـدیریت تولیـد می‌شونـد. در متون اقتصادی، معمولاً رابطه بازده تولیـد با یکی از این عوامل به مفهوم بهره‌وری است. (بخشعلی، ۱۳۷۵، ص ۱۳۱) می‌توان بهره‌وری را رابطه بین " ستانده‌های ("Output) ناشی از تولید کالاهـا و خـدمات و" داده‌های ("Input) مربـوط به همـان سـتانده‌ها دانست. از این رو بهره‌وری را اسـتفاده مـؤثر از نیروی کـار، سرمایه، زمین، مواد، انرژی و اطلاعات در فرآینـد تولیـد کالاها و خدمات می‌توان تعریف کرد.منظور از افزایش بهره‌وری، تحصـیل سـتانـده بیشـتر از لحـاظ کمی و کیفی بـا همـان مقـدار از داده است".آژانس بهره‌وری اروپـا ("EPA) از بهره‌وری، بـه عنـوان یک

دیدگاه فکری یاد می‌کند و هدف آن را تلاش در جهت بهبود وضع موجود می‌داند و درجه استفاده مؤثر از هریک از عوامل تولید را به عنوان تعریف بهره‌وری می‌پذیرد (سپهری، ۱۳۸۰، ص ۱۴).به طورکلی می‌توان بهره وری را ارتباط میان مقدار کالاها و خدمات تولید شده و مقدار منابع مصرف شده در جریان تولید این کالاها و خدمات دانست. این رابطه کمی و قابل اندازه‌گیری است و به صورت نسبت بیان می‌شود. هر چقدر صورت کسر بزگتر از مخرج آن باشد، بهره‌وری به همان نسبت بیشتر است.یک تفاوت کلیدی، مابین سرمایه فناوری اطلاعات و ارتباطات و سایر انواع سرمایه، در نقش‌های دوگانه‌ای است که فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توانند در یک سازمان بازی کنند. همانند سایر انواع سرمایه، فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند مستقیماً به عنوان یک فناوری تولیدی (مثل مورد سیستم پردازش مبادلات بانکی) بکار گرفته شود. فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیر بزرگتری را به عنوان فناوری هماهنگ‌ساز ایفا می‌کند که به عنوان یک فناوری ویژه و دارای قدرت شگرف نگریسته می‌شود؛ قدرتی که تأثیر مهم و معناداری را بر هزینه‌های هماهنگ‌سازی فعالیتهای اقتصادی در سازمانها دارد. ارزش منحصر به فرد فناوری اطلاعات و ارتباطات، در این است که تحولات اساسی در فرآیندهای کسب و کار و ساختارهای سازمانی ایجاد می‌کند که هم بهره‌وری نیروی کار و سازمان را بهبود می‌بخشد.فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد در طرف عرضه، از طریق تابع تولید، بر عملکرد اقتصاد، تأثیر می‌گذارد. در این باره مطابق نمودار شماره ۱، A مبین کالاهای دیجیتالی (فناوری اطلاعات و ارتباطات) می‌باشد. سمت چپ نمودار، تولید و یا بعبارتی طرف عرضه اقتصاد را و سمت راست، مصرف یا طرف تقاضا را نشان می‌دهد. بنابراین کالاهای فناوریهای اطلاعاتی هم در مصرف و هم در تولید نقش دارد. در تابع تولید F) H, K) و N به ترتیب مبین سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی و نیروی انسانی هستند. در تابع مطلوبیت C,A) U)، مبین کالاهای مصرفی اولیه است. در این ساختار اقتصادی جدید، کالاهای فناوری اطلاعات و ارتباطات همانند ساختار سنتی در طرف عرضه ،همانند یک نهاده به تولید اقتصادی کمک می‌کنند. (۱۷-۱۵ Quah, ۲۰۰۳,pp)نمودار ۱: اقتصاد نوین و عملکرد کالاهای فناوری اطلاعاتنمودار منبع : (Quah ۲۰۰۳)پتانسیل فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در جهت شتاب بخشیدن به توسعه اقتصادی و ارتقاء سطح زندگی مردم و از سوی دیگر، پافشاری جوامع بین‌المللی بر اهمیت بهبود دسترسی به فناوریهای مذکور (به خصوصی در کشورهای در حال توسعه) قابل ملاحظه است. دسترسی و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، رایانه‌ها، شبکه‌های دیجیتال، ارتباطات از راه دور، تلویزیون و غیره منجر به ایجاد ظرفیتی بی‌سابقه در اشاعه دانش و اطلاعات شده است. اگر چه اثر عصر اطلاعات در بسیاری از قسمتهای دنیا در آموزش، تحقیقی، پزشکی، دولت، کسب و کار و سرگرمی احساس می شود، لیکن مزایای آن تنها در دسترس ۵ درصد از جمعیت جهان است.در سال ۲۰۰۰، ده کشور اول دنیا در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، تقریباً ۸۰ درصد بازار جهانی فناوری ارتباطات و اطلاعات را در اختیار داشتند و ۱۰ کشور سطح پایین دنیا در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، کمتر از یک درصد بازار را در اختیار داشتند.شکاف دیجیتال و فاصله روزافزون کشورهای توسعه‌نیافته از کشورهای توسعه‌یافته در دسترس به فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و استفاده از این فناوری‌ها برای بهبود بهره‌وری و کارآیی فرآیندها در همه بخش‌های زندگی، در سطح خرد و کلان است. همچنین این پدیده به مفهوم بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایجاد زیرساخت مناسب برای مشارکت فعال در تولید دانش و فناوری اطلاعات و ارتباطات و مصرف ابزار و کالاها و خدمات دیجیتالی است.در این قسمت سعی خواهد شد، تصویری از وضعیت گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهان ارائه شود. نمودار شماره (۲)، تعداد ابزارها و امکانات مرتبط با فناوری اطلاعات وارتباطات را، در هر هزار نفر جمعیت از گروههای مختلف از کشورهای جهان در سال ۲۰۰۵ نشان می‌دهد.در این جدول، برای آنکه امکان مقایسه کشورهای مختلف فراهم شود سعی شده است که کشورها از نظر درآمدی و جغرافیایی طبقه‌بندی شوند. وسایل مورد بحث، شامل تلویزیون، تلفن، تلفن همراه و کاربران اینترنت هستند. جدول زیر، تاحدزیادی، بیانگر آن است که وسایلی که دارای قدمت بیشتری هستند، گسترش بیشتری یافته‌اند.دو دلیل عمده برای این امر می‌توان برشمرد: اول

آنکه با گـذشت زمان، افراد نسبت به وجود و مزیتهای یک فناوری اطلاع کسب کرده و احساس نیاز نسبت به آن شکل می گیرد. دوم آنکه با گـذشت زمان، تکنولوژی تولیـد این وسایل، پیشرفت کرده، مقیاس‌های تولیـد افزایش یافته و در نتیجه قیمت‌ها کاهش می‌یابـد. بـدین ترتیب امکـان اسـتفاده از این امکانـات برای گروههـای بیشتری فراهم می شود.نمودار شـماره (۲) تعـداد و امکانات وسائـل مرتبـط بـا فنـاوری ارتباطـات در هر هزار نفر جمعیـت در سـال ۲۰۰۵ منـاطق مختلـف تلویزیـون تلفـن تلفن همراه کـاربران اینترنتشرق آسیا ۸۰۰ ۱۸۸ ۲۴۳ ۷۴اروپا و آسیای مرکزی ۹۲۰ ۷۹ ۴۵۷ ۱۳۸اتحادیه اروپا ۹۷۰ ۵۲۶ ۹۰۴ ۴۴۳کشورهای فقیر ۱۳۰ ۵ ۴۱ ۱۳کشورهـای ثروتمنـد ۹۸۰ ۵۳۷ ۷۷۲ ۵۴۵کشورهـای ثروتمنـد عضو"OECD" (organization for Economic Cooperation and development) ۹۷۰ ۳۸۰ ۷۹۴ ۳۴۵کشورهای ثروتمنـد عضو"OECD" (organization for Economic Cooperation and development) ۹۸۰ ۵۵۱ ۷۷۰ ۵۶۳آمریکای لاتین ۸۸۰ ۱۸۰ ۳۱۹ ۱۱۵کشورهای در حال توسعه ۱۱۰ ۹ ۲۸ ۸کشورهای کم درآمد و متوسط ۵۴۰ ۱۲۱ ۱۸۶ ۶۳کشورهای کم درآمد ۱۵۰ ۳۰ ۴۱ ۲۴کشورهای با درآمد کمتر از میانگین ۸۸۰ ۱۸۶ ۲۴۵ ۷۴خاورمیانه ۸۸۰ ۹۰ ۱۲۹ ۵۸کشورهای با درآمد متوسط ۸۹۰ ۱۹۰ ۲۹۲ ۹۱جنوب آسیا ۳۲۰ ۳۵ ۴۱ ۲۶آفریقا ۱۵۰ ۱۰ ۷۴ ۱۹کشورهای با درآمـد بیشتر از میانگین ۹۲۰ ۷۸ ۴۸۵ ۱۶۲کل جهان ۸۴۰ ۱۹۲ ۲۷۹ ۱۴۰ منبع : ("WITSA" (World Information Technology and Services alliance, ۲۰۰۶۲- فـن‌آوری هـای اطلاعـات و ارتباطـات و بهره‌وری اقتصـادی در کشورهـای توسـعه یافتهمطالعـات اولیـه که در سـطح کلاـن که از داده‌هـای اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوائـل ۱۹۹۰ اسـتفاده کرده‌انـد؛ بـه ایـن نـتیجه رسـیدند کـه سـهم فـن‌آوری اطلاعـات در بهره‌وری و رشـد اقتصـادی بسـیار انـدک بـوده اسـت (Jorgenson & Stiroh, ۱۹۹۵ Oliner & Sichel Roach, ۱۹۹۹). توضـیحی کـه در ایـن خصـوص ارائه شـده است، مدعی‌است که سرمایه گذاری فن‌آوری اطلاعات، نسبت بسیار اندکی از، موجودی سرمایه کل اقتصاد را برای داشتن اثرات اساسی در بهره وری اقتصـادی داشـته است (Sichel, ۱۹۹۷, p ۱۷). برای مثـال، در طی دهـه ۱۹۹۰ در آمریکا، سـرمایه‌گذاری در حوزه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات با شـتاب کاهش در قیمت‌های کامپیوتر، از میانگین نرخ سالانه ۱۷ درصد در طی دوره ۹۵-۱۹۵۹، به حدود ۳۲ درصـد در دوره کوتـاه ۹۹-۱۹۹۵ رسـیده اسـت (Jorgension, ۲۰۰۰, p ۱۲).واضـح است که قیمت‌های کاهنـده فن‌آوری اطلاعـات و ارتباطـات، منجر به افزایش تشویق سازمان‌هـا به جانشـینی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به جای نیروی کار و سایر اشکال سرمایه، همانند کارخانه، ماشین‌آلات و یا تجهیزات شده است.سرمایه‌گذاری در حوزه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تأثیر عمده‌ای بر بهره‌وری نیروی کار و رشد اقتصادی در سـطح کلان داشته است. بهره‌وری نیروی کار ایالات متحده که طی دوره ۹۵-۱۹۷۳ سالانـه ۵/۱ درصدرشـد کرده بـود، در طی سالهـای ۲۰۰۰-۱۹۹۵ سالاـنه ۱/۳ درصـد رشـد کرده اسـت.این شـتاب، در بهره‌وری اخیر و رشـد اقتصـادی، به اثر معنـادار و مهم سـرمایه‌گذاری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در اکثر مطالعات اقتصاد کلان نسبت داده شده است (Oliner & Sichel, ۲۰۰۰, p ۷). براساس مطالعات" برنامه توسعه سازمان ملل ("United National Development Program=UNDP)، در سال ۲۰۰۱ در مورد ICT، در کشورهای در حال توسعه، دو رویکرد حاکم است. برخی کشورها ICT را به عنوان یـک بخش تولیـدی و عـده‌ای نیز ICT را به عنوان محرک سـایر بخشـها دنبال می کننـد. (طلعتی رحیم، ۱۳۸۵، ص ۱۸۰)در مورد اثر مثبت فنـاوری اطلاعات و ارتباطات روی رشـد اقتصادی و بهره وری، در تعـدادی از کشورهای توسعه یـافته شواهـد بسـیاری وجود دارد. البته هیـچ مطـالعه‌ای که بتوانـد اثر فنـاوری اطلاعـات و ارتباطـات روی رشـد اقتصادی و بهره‌وری در اقتصادهـای در حـال گـذار را برآور کنـد وجـود نـدارد ("Daveri, ۲۰۰۰, p ۱۲۸).بیلی و لاـورنس ("Baily & Lawrence) معتقدند که از سال ۱۹۹۵ یک نوآوری اقتصادی هم در تولید و هم در استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، بوجود آمده و باعث بهبود وضعیت اقتصاد آمریکا شده و بویژه شتاب زیادی را در عملکرد بهره‌وری کل عوامل تولید بوجود آورده است. آنها معتقدنـد که تأثیر عمـده فن‌آوری اطلاعات بر بخشـهای خـدماتی همانند مالی و تجاری بوده است (طلعتی رحیم، ۱۳۸۵،

ص ۱۸۲).تحقیقات مشابه دیگری نیز نشان داده‌اند که سرمایه‌گذاری در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات،جایگزینی برای نیروی کار است، زیرا استفاده از فن‌آوری اطلاعات به بنگاهها اجازه می‌دهد که تعداد افراد حاضر در بنگاه را کاهش دهند و یا ستانده را سریع‌تر افزایش دهند (Dedrick J, vijay Gurbaxanin and Kenneth L.Kraemer, ۲۰۰۳).مطالعات اخیر در زمینه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات نیز نشان می دهد که تعمیق سرمایه و رشد بهره‌وری کل عوامل در تولید تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، تاثیر معناداری را در شتاب رشد بهره‌وری نیروی کار در دهه ۱۹۹۰ داشته است. مطالعه" هاکر و موسینک ("Hacker & Morssink) ، نشان می‌دهد که هم تولید و هم هزینه‌های صرف‌شده در ابزارهای پردازش داده‌های الکترونیکی، باعث افزایش رشد بهره‌وری کل عوامل تولید می‌شوند. آنها، با داده‌های برخی کشورها یک رابطه مثبت و معنی‌دار و بزرگ بین مخارج فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و رشد بهره‌وری کل عوامل تولید و یک اثر مثبت و معنی‌دار ولی کوچکتر بر تولید در دهه ۱۹۹۰ را پیدا کرده‌اند. در این خصوص، مطالعه آنها در دو مقطع ۹۵-۱۹۸۵ و ۲۰۰۰-۱۹۹۶ در بین ۲۰ کشور صنعتی و اروپایی به طور مجزا با استفاده از روش مقطعی انجام گرفت و تأثیر متغیرهای تولید و مخارج تجهیزات پردازش داده‌های الکترونیکی و تولید سرانه کشورها بر رشد بهره‌وری کل عوامل تولید آنها مورد اثبات قرار گرفت ("Hacker & Morssink, ۲۰۰۲, p ۱۲).شرر" (Sherer) با بررسی کشورهایG۷، به این نتیجه رسیده است که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تأثیر مثبتی بر روی بهره‌وری و رشد اقتصادی در تمامی کشورهای آن در طی دوره ۹۶-۱۹۹۰ ایجاد کرده است (Scherer, ۲۰۰۰, p ۱۴۰).دو مطالعه معاصر، در بیش از ۳۶ کشور جهان به این نتیجه جالب می‌رسند که در کشورهای ثروتمندتر صنعتی، ارتباط بالا، مثبت و معنی‌داری بین فن‌آوری اطلاعات، رشد و بهره‌وری وجود دارد، لیکن گواهی مبنی بر چنین ارتباطی در کشورهای در حال توسعه وجود ندارد (Pahjola, ۲۰۰۱, p ۳).دوان و کرامر فرض کردند که این شکاف، به خاطر سطوح پایین سرمایه‌گذاری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، نسبت به کشورهای توسعه یافته و فقدان دارایی‌های مکمل از قبیل ساختار دانش پایه برای حمایت از استفاده از کالاهای فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات است. دوان و کرامر، از داده‌های ۳۶ کشور طی دوره سالهای ۹۳-۱۹۸۲، در دو گروه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، اقدام به برآورد تأثیر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد اقتصادی کرده‌اند. این برآورد، نشان می‌دهد که کشش IT در کشورهای درحال توسعه، معادل منفی ۰/۱۲ و در کشورهای توسعه یافته ۰/۰۵۷، برآورد شده است.همچنین" پاجولا ("Palooja) با تحقیق میان ۴۲ کشور در حال توسعه و ۲۴ کشور با درآمد بالا، در دوره زمانی ۹۹-۱۹۸۵، اقدام به برآورد اثر ICT، بر بهره‌وری کشورهای مذکور پرداخت. وی نتیجه گرفت که تأثیر ICT در میزان بهره‌وری اقتصادی کشورهای با درآمد بالا، معنی‌دار و مثبت ولی در کشورهای در حال توسعه مثبت ولی بی‌معنی است (Palooja, ۲۰۰۰, p ۲۳).در استرالیا"، کاردارلی ("Cardarelli) نشان می دهد که تعمیق سرمایه مربوط به فن‌آوری اطلاعات و بهره‌وری کل عوامل، نقش مهمی را در شتاب بهره‌وری نیروی کار داشته است و در سالهای دهه ۱۹۹۰ افزایش بهره‌وری را شتاب بیشتری داده است ("Cardarelli, ۲۰۰۱, p ۹۸).استووا و لوی ("Esteva & Levy) نشان دادند که تعمیق سرمایه مربوط به فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در فرانسه،باعث افزایش رشد اقتصادی این کشور، از صفر ،به ۰/۲۵ درصد شده است (Esteva & Levy, ۲۰۰۰, p ۱۹").کودرس ("Koders, ۲۰۰۱) و" اولتون ("Oulten, ۲۰۰۱) نشان داده‌اند که تعمیق سرمایه مربوط به فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و رشد بهره‌وری کل عوامل در تولید فن‌آوری اطلاعات، به رشد بهره‌وری نیروی کار در اواخر دهه ۱۹۹۰ در انگلستان کمک کرده و کاهش رشد بهره‌وری کل عوامل خارج از بخش فن‌آوری اطلاعات را جبران کرده است (طلعتی رحیم، ۱۳۸۵، ص ۱۸۵).۳- فناوری های اطلاعات و ارتباطات و بهره وری اقتصادی در کشورهای در حال توسعهبه آن اندازه که در اروپا و دیگر کشورهای توسعه یافته، در مورد تأثیرات فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر بهره‌وری اقتصادی این کشورها مطالعه صورت گرفته است، در کشورهای در حال توسعه، بدلیل ماهیت آنها تحقیقات و مطالعات چندانی انجام نشده است. بنابراین اظهارنظر در این

زمینه صرفاً مبتنی بر برخی مطالعات پراکنده در این زمینه می‌تواند باشد".نور ("Nour)، در مطالعه خود که در مورد مصر و ۱۶کشور عربی حوزه خلیج فارس است، بیان می کند که تأثیر مخارج ICT در توسعه اقتصادی مصر و کشورهای عربی خلیج فارس، در بیشتر موارد دارای یک همبستگی با رشد اقتصادی تولید ناخالص داخلی سرانه است. اما مطالعات اقتصادسنجی آنها، که مخارج فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را در دوره زمانی ۲۰۰۱-۱۹۹۶، بر تولید سرانه این کشورها، مورد مطالعه قرارداده است، نشان می‌دهد که تأثیر معنی دار ICT بر رشد اقتصادی در کشور مصر و کشورهای عربی خلیج فارس، مبهم و مشکوک می‌باشد. به طور کلی،ICT در این کشورها تأثیر مثبت دارد، ولی معنی دارای آن مبهم و مشکوک است. در این مطالعه، بازار فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات در مصر و کشورهای عربی خلیج فارس مقایسه شده است. هر دو دسته از این کشورها از کشورهای توسعه نیافته و عقب مانده در این زمینه می‌باشند. کشور مصر عرضه نسبتاً بالاتری نسبت به دیگر کشورهای مزبور دارد و سایر کشورها، دارای تقاضا و مخارج بالاتری در این رابطه هستند (Nour, ۲۰۰۱, p ۲").لی و کاتری (Lee & Khatri") در مطالعه خود، اذعان می‌کنند که تأثیر ICT در رشد اقتصادی کشورهای آسیای جنوب شرقی از نظر معنی‌داری در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰، روشن می‌باشد. بررسی‌های این دو نشان می‌دهد که کمک ICT، به رشد اقتصادی از دهه ۱۹۹۰ شروع شده است. در این کشورها در سالهای اخیر در زمینه نرم‌افزار، رشد مخارج بالا بوده و افزایش مخارج و هزینه‌های ICT در این کشورها، در کنترل بحران شرق آسیا در دهه ۱۹۹۰، کمک کرده است. مهمترین عامل نیز در این رابطه، رشد بالای تقاضا برای "صنایع الکترونیک" (Electronic Industry) در دهه ۱۹۹۰ ذکر شده است. نتایج این مطالعه، نشان می‌دهد که بویژه در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰، تعمیق سرمایه نقش بالایی در بهبود بهره‌وری نیروی کار کشورهای آسیایی داشته است (Lee & Khatri, ۲۰۰۳, pp ۱۴-۱۷).در نیمه اول دهه ۱۹۹۰، تعمیق سرمایه در بخش ICT به بهره‌وری نیروی کار کمک نمود که در چندین کشور همانند هنگ‌کنگ، سنگاپور و کره جنوبی قابل ملاحظه‌تر بوده است. این کمک‌ها، در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰ بیشتر شد و به شتاب در سرمایه‌گذاری در ICT منجر شد. ولی در این دوره، سطح بالای مخارج ICT، به دلیل بحران شرق آسیا کاهش پیدا کرد. در طول دو دوره فوق، از نظر تعمیق سرمایه به خاطر سهم درآمدی بالای ICT، هنگ‌کنگ، کره و سنگاپور منافع بیشتری را کسب کردند (Lee & Khatri, ۲۰۰۳, p ۱۹).در مورد فیلیپین، در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰، بخش ICT بیشتر باعث تعمیق سرمایه شده و به رشد اقتصادی کمک زیادی کرده و باعث شده که رشد اقتصادی تغییری نکند و یا به عبارت دیگر، حداقل تأثیر از بحران شرق آسیا را در این دوره در این کشورها ایجاد شود (Lee & Khatri, ۲۰۰۳, p ۲۰").ولف (Wolf")، در مطالعه‌ای که در مورد تأثیر ICT، بر صنایع کوچک و متوسط کنیا و تانزانیا انجام داده، نتیجه گرفته است که تأثیر ICT بر سطح ستانده آنها مثبت ولی از لحاظ آماری بی‌معنی است. به نظر وی ICT، باعث افزایش توان رقابتی صنایع کوچک و توانمند کردن آنها در زمینه انطباق با الگوهای تجاری جدید می شود و از طرف دیگر، به صنایع بزرگ، توانایی افزایش انعطاف در مهندسی مجدد که منجر به توانایی تطبیق سریعتر با تحولات می‌شود را می‌دهد. بنابراین، ICT، باعث کاهش هزینه مبادله در سطح اقتصاد می‌شود. در این مطالعه از داده‌های ۱۵۰ بنگاه، در دوره زمانی ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ استفاده شده و تأثیر ICT در چارچوب تابع تولید که در آن تولید تابعی از نیروی کار، سرمایه ICT، غیر ICT، مواد واسطه‌ای و بهره‌وری کل عوامل تولید است، برآورد شده است. نتایج نشان می‌دهد که کشش ICT در تانزانیا منفی ۰۱۵/۰ و در کنیا مثبت ۰۶۹/۰، برآورده شده است. این ضریب در کشور کنیا، معنی‌دار ولی در تانزانیا معنی‌دار نمی‌باشد (Wolf, ۲۰۰۱, p ۷۴").مولر (Muller") که در مورد صنایع کوچک هند، مطالعه‌ای را انجام داده است، نتیجه گرفته که صنایعی که از ICT در کارهای خود استفاده نمودند، نسبت به دیگر صنایع از متوسط بهره‌وری و نرخ رشد بالاتری برخوردار بوده‌اند (Muller, ۲۰۰۰, p ۱۹).همچنین"، لل (Lal") با بررسی ۵۹ صنعت کارخانه‌ای الکترونیکی و غیرالکترونیکی هندی کمتر از ۵۰ نفر کارکنان، نتیجه گرفته است که در اثر کاربرد فن‌آوری اطلاعات در این صنایع، مهارت و انگیزه های صادرات و واردات

در آنها افزایش پیدا کرده است. وی خاطر نشان کرده است که تنها سرمایه‌گذاری در مورد فن‌آوری مهم نیست، بلکه ترکیب آن با سایر عوامل و بویژه ایجاد مهارت در تولید محصولات ICT نیز، مهم می‌باشد (Lal, ۱۹۹۶, p ۲۰").کورنتس ("Cornets) نیز معتقد است که کشورهای در حال توسعه می‌بایستی، تکنولوژی مدرن را وارد کنند تا بتوانند به ظرفیتهای بهره‌وری خود در کوتاه مدت، شتاب دهند. چون این کشورها نمی‌توانند صبر کنند تا تکنیک‌های لازم برای افزایش تولید را خود ابداع کنند، زیرا در این فاصله شکاف بین آنها و کشورهای پیشرفته بیشتر و فاصله‌دارتر خواهد شد. در حالی که این کشورها از تکنولوژی ابتدایی استفاده کنند، می‌بایستی به طور همزمان اقدام به توسعه مهارتهای داخلی جهت به کارگیری تکنولوی مدرن نمایند (Cornets, ۲۰۰۰, p ۴.(۱۵- بحث و نتیجه‌گیریاز نیمه دوم قرن بیستم، جهان وارد عصر تازه‌ای شد و پایان عمر صنعتی آغاز گردید؛ تحولات پرشتاب علمی و فناوری در زمینه ترانزیستورها، موتور محرک این تحول بوده است. ابتدا با ورود کامپیوتر به بازار و در ادامه با تحول در حوزه اطلاعات و ارتباطات، کامپیوترها به فناوریهای ارتباطی مثل تلفن و تلویزیون پیوستند و انقلاب «فناوری اطلاعات و ارتباطات»، به وقوع پیوست. اهمیت این مساله، تا حدی بود که در مدلهای رشد و بهره‌وری اقتصادی، متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یک جزء اثرگذار مورد توجه قرار گرفت. فناوری اطلاعات و ارتباطات در هر دو بعد عرضه و تقاضا در اقتصاد، تأثیرگذار بوده است.از آنجا که این مقاله، به بررسی سمت و سوی عرضه فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشورهای آسیایی و اروپایی و نقش آن بر بهره‌وری اقتصادی این دو گروه کشورها متمرکز شده است، لذا اطلاعات و بررسی‌های صورت گرفته در این زمینه، نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات و ارتباطات عامل مؤثری در بهره‌وری اقتصادی در هر دو گروه این کشورها است. با این تفاوت که در کشورهای اروپایی، متغیر ICT ، تأثیر بیشتری بر بهره‌وری داشته است. بررسی وضعیت شاخصهای ICT در کشورهای اروپایی و مقایسه آن با کشورهای آسیایی نیز، دلیلی بر تفاوت فاحش در تاثیرگذاری ICT بر بهره وری اقتصادی این دو قاره می‌باشد.منابع: * بختیاری، صادق (۱۳۸۰). چالشهای جدید بازار کار: تأثیر IT بر اشتغال. مجموعه مقالات همایش نقش IT در اشتغال، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. * بخشعلی، صفی‌الله (۱۳۷۵). بررسی نقش تکنولوژی در ارتقا سطح بهره‌وری (بررسی موردی شرکت تولیدی قوه پارس). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده اقتصاد. * جهانگرد، اسفندیار (۱۳۸۳). ارزیابی آثار فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر رشد اقتصادی و بهره‌وری صنایع کارخانه‌ای ایران. رساله دکتری، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشگاه اقتصاد. * سپهری، محمدرضا (۱۳۸۰). نقش IT در توسعه منابع انسانی و افزایش بهره‌وری شغلی. مجموعه مقالات همایش نقش IT در اشتغال، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. * طلعتی رحیم، مصطفی (۱۳۸۵). اثر جهانی شدن فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی. * قره‌باغیان، مرتضی (۱۳۷۲). اقتصاد رشد و توسعه. جلد اول، چاپ دوم، تهران: نشر نی.

Estevao, Marcello and Joaquim, Levy (۲۰۰۰), The New Economy in France: Development * and prospects, In France: Selected issues, IMF Staff Country report No. ۰۰/۱۴۸ * Haacker, M & Morsink, J (۲۰۰۲), You say you want a revolution: Information Technology and Growth. IMF wp۰۲/۷۰. * Jones, I. C (۱۹۹۷), introduction to Economic Growth, New York: W. W. Norton and Co. First Edition. * Jorgenson, D. W and Stiroh, J. K (۲۰۰۰) , Raising the speed Limit U. S. Economic Growth in the Information Age, Brookings paper on Economic Activity. * Jorgenson, D and Griliches, Z (۱۹۶۷) , The explanation of productivity Change, review of Economic Studies ۳۴. * Kordes, Loura (۲۰۰۱), The New Economy in the United Kingdom,

IMF Country report. ⁎ Pahjola, F (۱۹۹۸), Information technology and Economic Development, Oxford: Oxford University Press. ⁎ Lal, K (۱۹۹۶), (Information Technology, International orientation and performance: A case study of Electrical and Electronic Goods Manufacturing Firms in India), Information Economics and policy. ⁎ Lee, H and Yougesh, K (۲۰۰۳), information Technology and productivity Growth in Asia, Washington: Internaational Monetary Funds. ⁎ Nour, S (۲۰۰۲), The Impact of ICT on Ecnonomic Development in the Arab world: A Comparative study of Egypt and the Gulf Countries, The United Nations University (UNU), Institute for New Technologies (INTECH). ⁎ Oliner, D and Daniel, R (۲۰۰۰), The Resurgence of Growth in the Late ۱۹۹۰s: Is information Technology the story?, Journal of economic perspectives. ⁎ Quah, D (۲۰۰۳), Digital Goods and the New economy, Center for Economic performance, London School of Economics and political Science. ⁎ Schrer, Paul (۲۰۰۰), The Contribution of Information and Communication Technology to output growth: A Study of the G۷ Countries, OECD Directorate for Paris: organization for Economic Cooperation and development. ⁎ Wolf, Susanna (۲۰۰۱), Developments and Imapct of ICT use for African SMEs: Implications for rural South Africa, Paper prepared for TIPS Forum. ⁎ World Information Technology and Services alliance (WITSA) (۲۰۰۶), Digital Planet ۲۰۰۶: The Global Information Economy and Global Insight, Inc.http://www.hccmr.com

وبلاگی شدن فرهنگ

دکتر هادی خانیکی

اینکه وبلاـگ یک رسانه هست یا نیست، بیشتر دغـدغه صاحب‌نظران علوم ارتباطات است با توجه به ویژگی‌هایی که برای رسانه بر می‌شمرند و به خصوص تعریفی که مک لوهان دارد که آیا امتـداد حواس هست یا نیست. من از آن دغدغه‌ها می‌گذرم و در عالم واقع وبلاـگ را به‌عنوان رسـانه جدیـد تعریف می‌کنم که پیچیـده و در هم تنیـده‌است و بـاعث به تحرک واداشـتن کنش‌های دیگر اجتماعی هم می‌شود و طبیعتاً از یادداشت‌های منظم یا نامنظم گروهی از نویسندگان تشکیل می‌شود.اجزای وبلاگ‌هااجزای وبلاگ هر کدام در فضای ایرانی آن می‌تواند گویای وجهی از این رسانه جدید باشد.مثلاً در مورد عنوان و زیرعنوان با مطالعه وبلاگ‌های ایرانی می‌توان این نتیجه را گرفت که وبلاگ‌هـای ایرانی بیشتر نام‌هـایی را انتخاب کرده‌انـد که یا بر هویت نویسـنده تأکیـد دارد یا نگـاهی انتقـادی و طنزآلود به پیرامونش دارد.در جزء دوم این رسـانه که" قـالب "است بـا سه ویژگی وبلاگ‌های ایرانی را می‌شود مشــخص کرد. اولاًــ بیشــترین دســت‌کاری را در قالب‌هــای خودشــان می‌کننــد کـه ایـن امر هـم بـه دلیـل ایـن اسـت کـه خــدمات وبلاگ‌نویسی خیلی با نیازها سازگار نیست مثل اینکه به سادگی خدمت از راست به چپ نویسی را ارائه نمی‌دهند و دوم هم نشئت می‌گیرد از آن تنوع‌طلبی و گریزان بـودن از خطـوط صــاف و ســاده و یــک ســطحی کـه در فرهنـگ ایرانی از سنگ‌نوشـته‌ها و نگارگری‌هـای روی سـنگ در تخت جمشـید تـا کنون قابـل مطـالعه است.به هر حـال بیشتر دیـده می‌شود که در وبلاگ‌های ایرانی تمایـل به اسـتفاده از سـتون‌ها متعـدد است. این سـتون‌ها جای متن را هم می‌گیرنـد و این هم یک ویژگی رسانه ایرانی‌است.یعنی به

دلیل تأثیری که فرهنگ شفاهی بر فرهنگ مکتوب گذاشته، ما حتی در مطبوعات هم می‌بینیم که آنچه شکل گفت‌وگو و ارتباط دو طرفه دارد مثل" دیگه چه خبر "و" الو سلام، "و ستون‌هایی از این جنس که در مطبوعات ما زیاد دیده می‌شود، جذابیت‌های بیشتری دارد، در نتیجه در وبلاگ‌های ایرانی هم حتی خود نویسندگان به نظر می‌آید بیشتر تمایل دارند در ستون‌های حاشیه وبلاگ‌شان بنویسند و نظر بدهند.جزء سوم یادداشت است که به هر حال در یادداشت‌های وبلاگ‌های ایرانی، اولاً برای هر پست یک عنوان را می‌بینیم، ثانیاً متن را خیلی شبیه به مطبوعات می‌بینیم، و بخصوص استفاده از رسم‌الخط و زبانی متفاوت با زبان رسمی و ثالثاً ثبت ساعت ارسال یادداشت، این رسانه اجتماعی را معنادار کرده یعنی آن را زمان‌دار کرده.رابعاً به دلیل گریز از فشارهای رسمی و برخوردهای سیاسی، میل استفاده از نام‌های مستعار در وبلاگ‌های ایرانی بیشتر است و خامساً اینکه وبلاگ‌های ایرانی محلی را برای درج نظر مطمع نظر دارند.خود اینکه جایی را برای کامنت می‌گذارند امکان گفت‌وگویی شدن را بیشتر از رسانه‌های مکتوب فراهم کرده‌اند. البته این خود مقوله مهمی‌است و حتی می‌شود تحلیل محتوای جامعه‌شناسانه هم داشت، که به دلیل انباشت بیش از حد محتوا در ذهن کاربران و مخاطبان، بیشتر کامنت‌ها زبان پرخاشگرانه و غیراخلاقی دارند که به‌تدریج می‌بینیم از پرخاشگری و غیراخلاقی بودنش کاسته می‌شود.فرهنگدر بخش دوم که به فرهنگ می‌پردازم، از تاریخ کلاسیک فرهنگ می‌گذرم و فقط در نسبت بین فرهنگ و رسانه این را عرض می‌کنم که فرهنگ از طریق رسانه‌ها رسانده یا Mediate می‌شود و به همین دلیل از دیوارنویسی غارها تا فرهنگ مکتوب و ادبیات شفاهی تاکنون، ما نمی‌توانیم رسانه‌ای شدن فرهنگ را نادیده بگیریم.رسانه‌ای شدن فرهنگ با دو نگاه انتقادی و جانبدارانه مواجه است، برخی از رسانه‌ای شدن فرهنگ نتیجه می‌گیرند که فرهنگ بیشتر توانسته بسته‌بندی و قابل انتقال شود، برخی هم مثل اصحاب مکتب فرانکفورت و بخصوص آدرنو و هورکهایمر، صرفاً صنایع فرهنگی و رسانه‌ها را عاملی می‌دیدند برای دستکاری در افکار.در بخش سوم با مطالعه در وبلاگ‌های موجود نتایجی را گرفته‌ام و می‌خواهم به این پرسش پاسخ دهم که وبلاگ چه فرهنگی را تولید می‌کند یا چه فرهنگی را برمی‌انگیزد. به‌طور مختصر نتیجه‌ای که گرفتم این است که می‌شود تأثیر وبلاگ‌نویسی را در فرهنگ بخصوص فرهنگ ایرانی، در شش مؤلفه خلاصه کرد: ۱- وبلاگ‌نویسی میل به گفت‌وگو دارد و این ویژگی نهفته فرهنگ ایرانی را که گفت‌وگویی بودن است و در ادب فارسی، مستتر و در فرهنگ مذهبی و عارفانه ما هم هست، می‌تواند به گونه‌ای بازتولید کند. میل به گفت‌وگو، بخصوص که رسانه‌های الکترونیک و رسانه‌های مکتوب، حاوی و حامل فرهنگ منولوگ هستند، اما وبلاگ بیشتر به سمت گفتگویی شدن تمایل پیدا می‌کند.۲- وبلاگ ادعای بیان سخن آخر را ندارد. در نتیجه از مطلق‌اندیشی و مطلق‌انگاری، به میزان زیادی می‌کاهد. چون جنس وبلاگ‌نویسی این است که نمی‌تواند ادعای بیان سخن آخر را داشته باشد، به همین دلیل به روی خوانندگان باز می‌شود و حتی اگر کامنت‌ها را داشته باشد دیگران می‌توانند در فضاهای خودشان به نظر او پاسخ دهند.۳- زمان‌دار و موردی هست و نمی‌تواند راوی فراروایت‌ها و روایت‌های کلان شود. به همین دلیل بیشتر مصداقی و موردی هست و بیشتر زمان‌دار.۴- پاسخ‌پذیر و پاسخگوست. به این دلیل میل به مدارا دارد یا به عبارت دیگر مدارا را بر صاحب وبلاگ(نویسنده) و خواننده تحمیل می‌کند و نهایتاً به دموکراتیزه کردن فرهنگ کمک می‌کند. عنصری که بخصوص در فرهنگ سیاسی ما به مقدار زیادی تضعیف شده‌است.در واقع کسی که به تأسیس وبلاگ دست می‌زند و می‌نویسد، چاره ندارد جز اینکه نقد و نظر دیگران و حتی نظر پرخاشگرانه و غیراخلاقی آنها را تحمل کند.۵- وبلاگ متن گفتاری‌است که زبان نوشتاری هم دارد. به دلیل ضعفی که در فرهنگ مکتوب ما هست، اساساً ما بیشتر گوینده هستیم تا نویسنده، اساساً اشاعه وبلاگ‌نویسی یعنی توسعه نوشتن و نوشتاری شدن فرهنگ. مکتوب کردن فرهنگ یکی از مشخصه‌های مهم فرهنگ وبلاگ‌نویسی در ایران معاصر است.۶- اگر خواسته باشیم با آن تقسیم‌بندی که بخصوص" کاستلز "برای انواع هویت دارد و هویت را به سه گروه هویت مشروعیت‌بخش که با زبان رسمی ترویج می‌شود و هویت مقاومت که در حاشیه‌ها شکل می‌گیرد و هویت برنامه‌دار که می‌تواند یک تغییر آرام و تدریجی را در پی بگیرد،

به وبلاگ‌نویسی نگاه کنیم، می‌توانیم بگوییم که وبلاگ‌ها در ایران، بیشتر از نظر شکل هویتی به هویت مقاومت و هویت برنامه‌دار نزدیک هستند و با تأثیر درازمدتی که دارند، عملاً از هویت مقاومت به هویت برنامه‌دار گرایش خواهند داشت.نقش وبلاگیا این ویژگی‌ها می‌توانیم نقش وبلاگ‌ها را به‌عنوان رسانه در قیاس با بقیه رسانه‌ها در ایران به‌گونه‌ای مقوله‌بندی کنیم و در چارچوب فرضیه‌های رایج رسانه‌ای به تحلیل آن بپردازیم.آنچه معمولاً تئوری و فرضیه مادر برای توضیح رسانه‌ای تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در ایران می‌شود فرضیه معروفی‌است که بیشترین صحت خود را در پیروزی انقلاب اسلامی نشان داده‌است.فرضیه‌ای تحت عنوان انقلاب بزرگ و رسانه کوچک، The big revolution, The small medium. حرف کسانی که این فرضیه را مبنای تحولات بزرگ در ایران مثل انقلاب مشروطیت و انقلاب اسلامی قرار داده‌اند این است که به‌رغم گستردگی تحولات در ایران، حامل این تغییرات رسانه‌های کوچک بوده‌اند.مثلاً در مشروطه تلگراف و در انقلاب اسلامی کاست و در حاشیه آن، رسانه‌های کوچک دیگر مثل اعلامیه‌ها و نظایر آن توانستند رسانه بزرگی مثل رادیو-تلویزیون ملی ایران را در آن زمان، ناکارآمد کنند.آیا برای وبلاگ، وبلاگ‌نویسی و به‌طور عام اینترنت در قیاس با دیگر رسانه‌ها، می‌شود این فرضیه را تعمیم داد؟ به نظر می‌آید با توجه به کم دامنه‌تر شدن نقش رسانه‌های مکتوب در برابر این رسانه، بتوان گفت تحول بزرگ در ایران، بعد از یک مرحله که در جنبش اصلاحات متکی به روزنامه‌ها بود که روزنامه‌ها نیز رسانه کوچک به شمار می‌آیند، در این مرحله جزو حاملینش، شبکه‌های مجازی یا رسانه‌های مجازی و به‌طور خاص وبلاگ‌ها هستند.در نتیجه مطرح شدن اینترنت به‌طور عام و وبلاگ‌نویسی به‌طور خاص، را به‌عنوان یک رسانه حامل تحول در این مرحله باید جدی گرفت.اینترنت در همین مدت کوتاه به نظر من با نگاه رسانه‌ای سه مرحله را پشت سر گذاشته‌است. مرحله اول مرحله بیشتر فنی بود که بیشتر بحث‌ها حول زیرساخت‌ها و پروتکل‌های اینترنتی ارتباطی قرار داشت و رسانش‌گران یا حاملان این مرحله تحول رسانه‌ای بیشتر مهندسان و دانش‌آموختگان رشته‌های فنی بودند، مرحله دوم مرحله‌ای‌است که با همان دید مهندسی که زیرساخت‌ها و پروتکل‌های ارتباطی پی گرفته می‌شد، شاهد ورود بحث‌های نظری و فلسفی پیرامون اینترنت هستیم.در این مرحله بیشتر نهادهای رسمی جامعه به اینترنت دسترسی پیدا کردند و در پی بازتولید وجهه خودشان در اینترنت بودند. در این مرحله شاهد ورود به بحث‌های نظری و فلسفی هستیم اما با گزاره‌های مهندسی. همان اتفاقی که در مراحل اولیه انتقال رسانه‌های جدید به ایران هم رخ داد.مثلاً وقتی که تلگراف و تلکس وارد شبکه اطلاع‌رسانی ما می‌شود، می‌بینیم که واژه‌هایی مثل رمز و رمزگذاری (Code, Decoding) و امثال اینها، وارد ادبیات روزنامه‌نگاری در ایران می‌شود.یا حتی سبک‌های خبری متأثر است از این وضعیت فنی، مثل استفاده از هرم وارونه برای پیشگیری از قطع تلگراف که خبر را طبقه‌بندی می‌کرد و به تناسب اهمیتش از ابتدا تا انتهای خبر به‌گونه‌ای تنظیم می‌شد که هر وقت برق نباشد یا تگراف قطع شود بخش‌هایی از خبر را بتوان منعکس کرد و این سبک‌هایی خاص را در ارتباطات وارد کرد.در مرحله دوم از اینترنت هم ما زبان فنی را حاکم بر فهم نظری و فلسفی می‌بینیم. مرحله سوم، با همه‌گیر فراگیر و مردمی شدن اینترنت هست که لایه‌های فکری و اجتماعی در اینترنت حضور پیدا کردند و بسیاری از پیام‌های اجتماعی از طریق اینترنت انتقال یافت. می‌بینیم که وارد حوزه مذهبی، جلسات مذهبی و نظایر اینها هم می‌شود.وبلاگ در این مرحله ظاهر می‌شود که پدیده‌ای‌است که خودش هم مراحل مختلفی را پشت سر گذاشته‌است.برای وبلاگ‌نویسی در ایران من براساس این بررسی چهار مرحله را قائل هستم:الف) در مرحله اول بیشتر وبلاگ‌ها مثل نسل اول اینترنت، توسط نیروهای فعال فنی ابداع می‌شود و بحث‌های فنی را به‌دنبال دارد.ب) در مرحله دوم به تدریج وبلاگ‌ها مرحله فنی را پشت سر می‌گذارند و به تولید محتواهایی با مضامین فرهنگ و اجتماعی می پردازند. محتوای این وبلاگ‌ها و وب‌نوشته‌ها بیشتر حالت منولوگ دارد، غزلواره‌است و به گفته باختین تصنیف است،ج) مرحله سوم که از مدتی پیش آغاز شده پیام‌ها را از حالت مونولوگ خارج کرده و ساختار گفتگویی پیدا کرده، همان ساختار گفتگویی که بیشتر در فرهنگ ما اثر می‌گذارد.در این مرحله همه پیام‌هایی که در وبلاگ‌ها تولید می‌شود، هم در پاسخ به یک حرف دیگر است همان

که تحت عنوان تراک‌بک از آن یاد می‌شود و هم در انتظار پاسخ است چیزی که تحت عنوان کامنت از آن یاد می‌شود. دو ویژگی تراک‌بک و کامنت در واقع کمک می‌کند به تحمیل گفتگو بر وب‌نویسی.د) مرحله چهارم مرحله جدیدی‌است و ما بخصوص در حوزه اجتماعی به این وجه باید توجه کنیم، داد و ستد و گفتگویی‌است که بین فضای مجازی و فضای واقعی برقرار شده، یعنی وبلاگ‌نویسی ایرانیان وارد مرحله حقیقی و واقعی هم شده. نشست‌هایی که وبلاگ‌نویسان می‌گذارند.به‌گونه‌ای وارد عرصه فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی شده‌اند. وارد بحث و چالش با کاندیداهای ریاست‌جمهوری می‌شوند، در پی تأسیس شبکه‌های عینی و اتحادیه‌های صنفی هستند و حضور در زندگی روزمره. این مرحله اگر سر بگیرد بی‌شک می‌تواند وبلاگ‌نویسی ایرانی را وارد حضور جدی‌تر در عرصه‌های اجتماعی بکند و در حقیقت به تأثیری که فرهنگ مجازی بر فرهنگ حقیقی و واقعی دارد، شتاب دهد.نتیجه‌گیری بکنم که هر رسانه‌ای از جمله وبلاگ فرهنگ خاص خودش را بر می‌انگیزد. چون ما معتقد به این هستیم که بیش از تولید فرهنگ و متأسفانه بیش از آنکه به فرهنگ‌سازی مواجه باشیم نیاز داریم که به بازتولید فرهنگ و انتقال فرهنگ بیندیشیم، در نتیجه فرهنگی که وبلاگ با این ساختار امروزی بر می‌انگیزد بیشتر فرهنگی‌است مبتنی بر دیالوگ، پرسشگری و نقد و بیشتر حامل یک نوع فرهنگ افقی‌است در برابر فرهنگ عمودی.دوم اینکه در وبلاگ بر خلاف رسانه‌های دیگر مخاطب از حالت انفعالی خارج می‌شود و با مخاطب فعال روبه‌رو هستیم. سوم اینکه یکی از ویژگی‌های اصلی وبلاگ‌های ایرانی بخصوص وبلاگ‌های نوشته شده در داخل ایران، این است که جایگزین پیام‌های انباشته شده و پیام‌های سرکوب شده هم هستند. بخصوص این نوع وبلاگ‌نویسی در فضای اعمال محدودیت و توقیف مطبوعات سراسری به‌وجود آمد.در نتیجه می‌شود گفت وبلاگ‌های ایرانی حامل پیام مطبوعات محدود شده یا مطبوعات توقیف شده و منتشر نشده هم هستند. چهارم اینکه وبلاگی شدن فرهنگ که پدیده‌ای هست که پژوهشگران معتقدند در پی ظهور وبلاگ شکل می‌گیرد، خود از ویژگی‌های امروز جامعه ماست که دامنه‌است از وبلاگ‌نویسی فراتر رفته کما اینکه زبان وبلاگ‌ها را در خارج از حوزه وبلاگی هم می‌توانیم ببینیم.وبلاگی‌شدن فرهنگ را اگر خواسته باشیم با زبان آکادمیک تحلیل کنیم، چیزی‌است شبیه گفتمان‌های رمان‌گونه‌ای که باختین به آن اشاره می‌کند. گفتمان‌های رمان‌گونه در حقیقت انتخاب زبان رمان حتی برای بیان مقوله‌های علمی‌است و بخصوص زمانی که نسبت به فرهنگ رسمی فاصله گرفته می‌شود، به قول باختین مکالمه در حاشیه‌ها شکل می‌گیرد و در نتیجه می‌خواهد موردی حرف بزند می‌خواهد با زبان طنز و شوخی و مطایبه و نظایر آنها حرف بزند.وبلاگی شدن فرهنگ می‌تواند عنوان مستقلی برای تحقیقات آکادمیک باشد که چگونه وبلاگ فراتر از حوزه پیدایش و منشأ پیدایی خود، بر حوزه علم، حوزه فن‌آوری و بر حوزه مباحث جدی و غیر روزمره در جامعه هم اثر می‌گذارد. کما اینکه امروز فراتر از گروه اولی که گفتم در واکنش به تعطیلی و محدود شدن مطبوعات رشد سریعی داشتند، وبلاگ‌های فلسفی و علمی و نظایر اینها هستیم.به هر صورت هم پیدایش وبلاگ‌ها و هم زبان وبلاگ‌نویسی یک مقوله جدیدی در فرهنگ ماست که نه این منطق از زبان‌های متعارف پیروی می‌کند و نه می‌شود نسبت به بی‌شکل بودن خودش و فرق داشتن با زبان معیار در آن بی‌تفاوت بود.امیدوارم که این مقوله مورد توجه آکادمیسین‌های ما در حوزه‌های مختلف فلسفی، اجتماعی و ارتباطی، زباشناسی و سیاسی، قرار بگیرد چون بحث وبلاگ‌ها در ایران را جدی باید گرفت. فرصت باید تلقی کرد بیش از آنکه تهدیدانگارانه خواسته‌باشیم با آن برخورد کنیم و بدانیم که امکان اعمال محدودیت در آن نه تنها اندک است بلکه به تدریج ناممکن خواهد بود.«گفتم که برخیالش راه نظر ببندمگفتا که شبرو است او از راه دیگر آید»

http://hamshahrionline.ir/news-۴۵۶۰۴.aspx

آموزش آنلاین ره آورد نوین فناوری برای بهبود کیفیت

محمد مهدی رشیدی - غلامرضا اصیلی چکیده: ضرورت بهسازی و توسعه نیروی انسانی از طریق مشارکت کارکنان در بهبود

کیفیت وافزایش بازده در سازمانها از یک طرف،و گذر از قرن بیستم وظهور تکنولوژی اطلاعات و ره آوردهای آن از جمله مرز گستری سازمانها از طرف دیگر نهایتاً منجر به توسعه و گسترش واژه های مجازی مانند سازمان محسوب می شود. با توجه به ضرورت بهبود کیفیت در سازمان از طریق توسعه سازمانی ، نیز تغییر ساختار سازمانها به سمت مجازی شدن، گسترش مشاغل و پیچیدگی امور،لزوم دسترسی به نرم افزارها و سخت افزارهای مربوط به تکنولوژی اطلاعات و روش های جدید آن وتأثیر آن در فرآیند بهبود کیفیت و افزایش بازده پذیرش آموزشهای مجازی غیر قابل اجتناب می باشد. عمده ترین ابزار برای دستیابی به این هدف از طریق آموزش جدید بویژه چگونگی استقرار آموزش های Online پرداخته می شود....آموزش در چرخه کیفیت زهرا برومند چرخه کیفیت یا چرخه PDCA (طرح – آزمایش – بازخورد – اجرا) را یک حلقه بی پایان یا حرکتی بی انتها معرفی می کند. اولین بار دمینگ در سفر خود به ژاپن درسال ۱۹۵۰ این چرخه را معرفی می نماید وآن را به نام استاد خود شیوهارت می نامد. بعدها ژاپنی ها آن را چرخه دمینگ نامیدند وامروزه به نام چرخه PDCA مشهور است. ریشه این حلقه در فلسفه یادگیری جان دیویی نهفته است که مراحل یادگیری اسنان را چنین تشریح می کند: کشف یا اطلاعات جدید – تولید یا انجام کاری جدیدی براساس اطلاعات بدست آمده، مشاهده ویا بازنگری نتایج کار که مرحله آخر، خود منجر به کشف و کسب اطلاعات جدیدتری می شود و این چرخه همچنان ادامه دارد. دیوئی معتقد است بسیاری از آموخته های انسان مثل راه رفتن، سخن گفتن یا انجام کارهایی که به مهارت خاص نیاز دارد از این طریق حاصل می شود. پس، آموزش دراین مفهوم تنها به آموزش های کلاسیک وسنتی اطلاق نمی گردد و منحصر به آموزش هایی که در کلاس های درس داده می شود نیست، بلکه مفهوم یادگیری بسیار وسیع است. سنج معتقد است: مدیران آمریکائیی عجول، بی حوصله و به دنبال نتایج زودرس می باشند. بنابراین معمولاً طرح درمرحله اجرا جهش می کند، به این ترتیب دراین فرآیند به مراحل میانی یعنی آزمایش و بازخور (که مراحل یادگیری و آموزش هستند) کمتر توجه می شود. داشتن چرخه کیفیت موثر نیاز به مهارت، تمرین وممارست در سطح مدیران و کارکنان دارد. در مدیریت ژاپنی کایزن با مفهوم پایبندی وسیع و گسترده عمومی به بهبود وارتقای مستمر ودائمی ، سازمانهای ژاپنی را وادار کرد تا به آموزش وسیع مهارت های گروهی بپردازند. واز این طریق قابلیتهایی راکه برای چرخه کیفیت لازم است فراهم آورند.نگرش نو بر نقش فن آوری در بهسازی سازمان ظهور قرن تکنولوژی اطلاعات و ره آورهای آن (ابزارهای ارتباطی موثر از جمله اینترنت،اینترانت،تلفن همراه، کامپیوترهای پرتابل و.....) تغییرات سریع درساختار سازمانی صنایع از جمله مرز گستری و انجام امور در خارج از مکان وزمان را در برداشته است.این پدیده مزایای زیادی از جمله کاهش هزینه، افزایش کارآئی، افزایش سوددهی در برقراری ارتباط را شامل می شود. « دانشگاه وصنعت مجازی» نیز از پدیده ای نوظهور است که بطور چشمگیری در جهان گسترش یافته وبروز آن درکشور ما نیز اجتناب ناپذیر می باشد.از جمله مباحث مرتبط با امور مجازی می توان به سازمان های مجازی اشاره کرد. انواع سازمانهای مجازی مانند تیم های مجازی و کار مجازی دوشیوه رایج ره آورد قرن تکنولوژی اطلاعات است. در تیم های مجازی معمولاً ارتباط اعضای با یکدیگر با استفاده از سیستم های الکترونیکی انجام می پذیرد و اعضاء ممکن است هرگز یکدیگر را ملاقات نکنند. تیم های مجازی باعث صرفه جویی در زمان هزنیه های مسافرت و حذف مشکل دستیابی به متخصصین شده وبه سرعت شکل گرفته و به انجام امور می پردازند، امکان دسترسی به بازار را فراهم می آورند و... کار مجازی که دور از دفاتر مرکزی و یا تأسیسات تولیدی انجام می گردد و کارکنان تماس واقعی با همکاران ندارند ولی با استفاده از ابزارهای الکترونیکی بسادگی با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند. روشهای « میهمانخانه ای » ،« میز مشترک» و « مراکز کارمجازی» از انواع متداول این روش می باشند. از طرفی آموزش مجازی نیز از جمله ره آورد این قرن است که با گذر از دوره چاپ به دوره آموزش های الکترونیک که دانشجو با در اختیار داشتن یک کامپیوتر، یک مودم و برخورداری از سرویس های پشتیبانی کننده اینترنت با حداقل محدودیت با دنیا ارتباط برقرار کند و از اقیانوس بیکران اطلاعات استفاده کند، بروز نموده است. این امر مورد تأکید قرار

گرفته که دانشگاه الکترونیک (شکبه ای یا مجازی) درایران نیز جای خود را بزودی بازکرده و پدیده ای کاملاً متفاوت نسبت به دانشگاهها سنتی خواهند بود (کما اینکه درکشورهائی مثل آمریکا فقط حدود ۱۰۰ دانشگاه معتبر به این امر اشتغال دارند)،دراین روش بسیار جذاب جدید دروس مجازی عموما بصورت غیر همزمان ارائه می شوند یعنی از قبل زمان ومکان خاصی برای ارائه پیش بینی نمی شود ودانشجویان دیگر مجبورنیستند در کلاسهای درسی دانشکده یا مراکز آموزشی مشخص دور ونزدیک حضور فیزیکی داشته باشند. موضوعات درهر زمان و مکانی که دانشجو مناسب بداند،وجود دارد.از آنجاکه در چرخه کیفیت آموزش بعنوان اصلی ترین عنصر بهسازی وکیفیت سازمان مطرح گردیده است درادامه با توجه به فن آوری جدید تکنولوژی اطلاعات به معرفی آموزش های جدید یعنی آموزش های مجازی، استراتژی و چگونگی استقرار آن که مسلماً در بهبود کیفیت در سازمانها به جهت تسهیل درفراگیرنمودن آموزش در سازمان تأثیر دارد ،پرداخته می شود.آموزش Online ایلیت ماسی معتقداست: «آموزش Online صرفاً به گذراندن یک دوره خاص از طریق کامپیوتر اطلاق نمی گردد. این نوع آموزش به شیوه های جدید ادغام منابع،تأثیرات متقابل، افزایش عملکرد و فعالیت های ساخت یافته آموزش گفته می شود» آموزش Online چیست؟ این نوع آموزش وسیله ای برای یادگیری از راه دور بوده ویک روش آموزشی است که برای استاد ودانشجویان این فرصت را فراهم میکند که در عین حال که از نظر زمان ومکان از هم دور هستند، فاصله آموزشی موجود را با وسایئل مناسب تکنولوژیکی پر کنند. دراین نوع آموزش کامپیوتر، تکنولوژی ارتباطات (ICT) وشکبه ها بویژه شبکه جهانی اینترنت برای پر کردن فاصله آموزشی مورد استفاده قرار می گیرد. دوره های آموزشی که برای استفاده در آموزش Online طراحی می شوند اصطلاحاً دوره های مجازی نام می گیرند. این دوره ها از طریق شبکه کامپیوتری ارائه می شود. هیچ نوع تجهیزات فیزیکی از قبیل تخته و گچ مورد استفاده قرار نمی گیرد، بلکه محیط های آموزشی مجهز به نرم افزار و سخت افزار مورد استفاده واقع می شوند. همه وسایل و فرمهای آموزشی مورد استفاده که در کلاسهای سنتی وجود داشته دراین کلاسهای « مجازی» هم وجود دارد. به هرحال فعالیتها ومجموعه تعاملات عمدتاً با تکیه بر تجهیزات سخت افزاری کامپیوتر و شبکه جهانی اینترنت (بجای بحث و گفتگوی حضوری و رودر رو) انجام می پذیرد. دراین مدل دروس مجازی عموماً غیر همزمان ارائه می شوند، یعنی از قبل زمان یا مکان خاصی برای ارائه دروس پیش بینی نمی شود. دانشجویان مجبور نسیتند درکلاسهای درسی دانشکده یا مرکز آموزشی مشخص در زمان خاصی حضور یابند، بلکه از طریق کامپیوتر شخصی خود واتصال به اینترنت این عمل انجام می پذیرد. موضوعات آموزشی وارتباطات لازم می تواند در هر زمان و مکانی که دانشجو مناسب بداند ارائه گردد. ابزارهای متعددی برای گفتگو وبر قراری ارتباط درکلاسهای مجازی وجود دارد که از این میان می توان به مهمترین ورایج ترین آنها اشاره کرد:۱- پست الکترونیکی۲ - Listserve۳- شبکه جهانی (WWW)۴- پروتکل انتقال فایل (FTP)۵- Remure login۶- Chat۷- Video Conference۸- Tele Conference این ابزارها برای دو منظور بکارگرفته می شوند، یکی گفتگوی الکترونیکی دیگری ارائه موضوعات و متون مربوطه.این نوع ارتباط از طریق پست الکترونیکی میسر می شود. Listservs و Chat گفتگوی الکترونیکی را تسهیل می کنند ومباحث،سوالات ونکات مورد نظر را در بر می گیرند. بطوراعم این نوع ارتباطات که مکرر و روزمره هم هستند حداقل زمان و وقت را بخود اختصاص می دهند. وضعیت آماری آموزشهای شبکه ای (یا الکترونیکی ، راه دور، مجازی و عناوین مشابه آن) در کشورهای مختلف روند رو به رشد این مقوله مهم را نشان می دهد. مثلاً در آمریکا حدود یکصد دانشگاه دراین خصوص فعالیت دارند ، آمارهای مشابهی هم در مورد استرالیا، نیوزلند وانگلستان و حتی در امریکا وجود دارد که بیانگر رد و بدل شد میلیونها متن آموزشی از طریق کامپیوتر است که از سراسر دنیا مخابره می شود.مزایای استقرار و بهره گیری از آموزش مجازی آموزش مجازی در صورتیکه بخوبی طراحی و بکار گرفته شود جواب می دهد. نتایج تحقیقات مختلف با متدلوژی های قوی وبعضاً با کنترل های آزمایشی نشان می دد. آموزش های مجازی تاثیر مثبتی در توسعه تجارت پاره ای از کشورها داشته است. مزایای عمده استقرار

وبهره گیری از آموزش هـای مجازی از نظر رنـدی تومـاس (۲۰۰۱) به شـرح ذیل ارائه شـده است •:کاهش هزینه های آموزشـی• بهبود علمکرد و بهره وری بیشتر •تسـریع در دسترسـی به بازار •تسهیل در جذب و بکارگیری نیروی انسانی •فراهم آوردن فرصت به روز آوری دانش از دیرباز این موضوع مطرح بوده که از مشـکلات آموزش های سنتی مسئله عدم امکان سنجش میزان بازگشت سرمایه است ، لیکن آموزش های مجازی ماهیتاً نسبت به آموزشـهای سـنتی بیشتر قابل اندازه گیری است و ابزارهای مختلف اندازه گیری جهت سـنجش میزان انتقـال دان از این طریـق طراحی شـده است. ازجمله این ابزارهـا می توان به نرم افزارهـای ویژه سـنجش واندازه گیری اشاره کرد. درنتیجه اخیراً برخی از اسـتفاده کنندگان از آموزش های مجازی نتایج کمی و قابل اندازه گیری در نتیجه بکـارگیری آموزش مجـازی گزارش کرده انـد که می توان به نقـل ازمنبع فوق به موارد ذیل اشاره کرد:۱- کاهش هزینه آموزش• شرکت ۴۰ Brandon ٪ کاهش هزینه را بدون ک/اهش اثر بخشی گزارش کرده است •.شرکت Cisco صرفه جویی ۱۰ میلیون دلاری را در صـرف هزینه از طریق جایگزینی و بکارگیری آموزش های مجازی گزارش کرده است •.خطوط هواپیما ایالت متحده بـا کاهش ۶۰٪ در زمـان آمـوزش توانسـته است ۹ میلیون دلـر در پرداخت هزینه هـای هتـل وسـایر هزینه ها صـرفه جویی نمایـد•. شرکت کامپیوتری Apple کاهش ۸۳ درصـدی هزینه را در بکـارگیری یک دوره آموزش مجازی، نسبت به آموزش های سـنتی گزارش کرده است.۲- کـارائی واثر بخشـی بیشترآموزش های مجازی زمان یادگیری فراگیران را بطور متوسط بین ۲۵ تا ۵۰ درصد کـاهش داده و نشـان داده است که زمـان فعـال حفـظ اطلاعـات نیز به نسبت قابـل ملاحظه ای افزایش یافته است •.شـرکت IBM براسـاس نتایـج نظر سـنجی کـه از شـرکت کننـدگان در دوره هـای مجـازی اخـذ نمـوده گزارش کرده است که فراگیران نسبت به آموزش های سنتی با صـرف زمان موارد درسـی را آموخته انـد •.شـرکت GE گزارش کرده است که توانمنـدی هـای آموزشـی فراگیران مجازی نسبت به آموزش های سـنتی ۶۵٪ افزایش یافته است.۳- بهبود عملکرد این آموزش مجـازی می توان یـک محیط کـاری با نیروی انسانی آموزش دیـده در حـداقل زمان ممکن ایجاد نمود که نتیجه آن بهره وری بیشتر خواهـد بود •:شـرکت Sun Microsystem با بهبود شـرایط و اجرای برنامه آموزش آشـناسازی کارکنان با نحوه بهره گیری از آموزش مجازی توانسته است ۱۰۰ میلیون دلـر در پرداخت هزینه های حقوق و بکارگماری کارکنان تجاری (نسبت به زمان واقعی مورد نیاز برای محول کردن مسئولیت فروش) صـرفه جویی نمایـد •.از طریـق آمـوزش هـای مجـازی ۱۰۰۰۰ نفر از مشـاوران یکصـد شـرکت خـدماتی تـابعه Fortune توانسـته انـد گواهینامه حرفه ای، دریافت نمایند که نتیجه آن ۱۰۰ میلیون دلار صـرفه جویی سالیانه نسبت به هزینه های آموزش هـای سـنتی بوده است.۴- بهبود رقـابت پـذیری نتایـج یکی از مطالعـات معتبر که اخیراً اجرا شـده است نشـان می دهـد که فعـالیت هـای عمـده وکلیـدی کـه طی آن شـرکت هـای امروزی می تواننـد بـه بقـاء خـود ادامـه دهنـد عبارتنـداز •:میزان نـوآوری وابـداعات •جـذب و نگهـداشت نخبگـان •ایجاد ارتباط موثر و مثبت با مشتریان کلیـدی وتوسـعه کانالهای ارتباطی •افزایش میزان کیفیت محصولات و خدمات با بهبود شـرایط فرایندکار شـرکت کامپیوتری Compaq (۲۰۰۱) بعنوان یـک شـعار چنین مطرح می کنـد:« اگر مـا کـاری را انجـام دادیم که غیر ممکن بنظر می رسـید و محیـط کـاری را متحول سـاخت؛ آن کـار چه چیزی می تواند باشـد؟ پاسـخ مـا این است که توانستیم « هرکـاری» را با بهره گیری از یـک متخصصـین به انجام برسانیم. این تجربه در نتیجه اجرای آموزش های مجازی بـدست آمده است».استراتژی صـحیح آموزش های مجازی پتیر بنتلی (۲۰۰۱) با توجه به اهـداف ذیل موفقیت آموزش هـای مجازی در سازمانها را بر می شـمرد. این اهـداف شامل عملیاتی (ماننـد کاهش هزینه ها) واستراتژیک (ماننـد رقابت پـذیری) میگردد. منظور از استراتژی صـحیح، بکـارگیری آموزش های مجازی با ارتباط دادن آن با مقاصـد، ماموریت ها واهـداف مـالی سازمان می باشـد. اهـداف و مقاصـد استراتژیک که آموزش های مجازی می توانـد به ارمغان آورد عبارت انـد از • :ارتباط دادن استراتژی سازمـانی به کـارآئی و توانمنـدی کارکنـان •بهبود عملکرد سازمـانی، کـارآئی و پاسـخگوئی به بـازار •بهینه کردن زنجیره عملکرد و رضـایت منـدی مشتریـان •نگهـداشت بهتـر کارکنـان •ترغیب مسـئولیت پـذیری بیشتر کارکنـان از طریق توسـعه

توانائیهای فردی •بهینه کردن سرمایه فکری ومدیریت دانش •به روز نمودن دانش •توسعه تجارت مجازی •تسریع درارائه آموزش های هدفدار و مبتنی بر نیاز •بهبود شرایط محیطی شکل یک نشان میدهد که هرچه آموزش مجازی با اهداف و مقاصد استراتژیک سازمان بیشتر مرتبط گردد، تأثیر بیشتری در کارآئی و کاهش هزینه های سازمان خواهد داشت. یادگیری بیشتر در سازمان بمنظور دستیابی به این اهدف بمنزله این است که یک سازمان را با افزایش ارزش فرایندی تبدیل به یک سازمان یادگیرنده نمود.کسب آمادگی برای موفقیت در صورتی که بخواهیم بنحو موثر و مثبت از مزایای اجرای آموزش های مجازی بهره جوییم بایستی شناخت کافی از شرایط واقعی سازمان (زیر ساخت ها، منابع، محتوی، مشتریان، چگونگی دانش و شرایط آموزش در سازمان) داشته باشیم. سوالاتی،چون اکنون کجا هستیم؟ کجا می خواهیم برویم؟ چگونه می خواهیم بدانجا برسیم؟ و .... ریشه در طراحی استراتژیک دارد و در قسمت های بعدی به ساختار وفرایندهای آموزش جهت پاسخ به سوالات فوق پرداخته می شود.ساختار و فرآیندها طراحی و برنامه ریزی برای بکارگیری آموزش مجازی نیازمند همکاری موثر فعالیت های کارکنان ونیز مشتریان خارج از سازمان می باشد. ازشرایط واقعی سازمان که بدانها اشاره شد دو فعالیت ویژه در کانون فرایند قرار دارند. محتوی یعنی مواد درسی که بایستی تهیه و بعنوان منبع در سیستم آموزش مجازی بکار گرفته شود وتکنولوژی یعنی فراهم آوردن امکانات سیستمی که ارائه ومدیریت مواد آموزشی را ممکن سازد. درحاشیه این دو فعالیت کانونی ومرکزی، فعالیت های دیگری متمرکز شده اند که شامل استراتژی ها،آموزش کارکنانی که مسئولیت مدیریت، حفاظت ونگهداری سیستم آموزش مجازی را در سازمان بعهده دارند، مدیریت تغییرات و مدیریت پروژه است. به منظور استقرار موفقیت آمیز آموزش های مجازی لازم است درمرحله شروع یک مطالعه و برآورد دقیق از تأثیر آموزش مجازی درتوسعه سازمانی بعمل می آید. هدف از اجرای این مطالعه جلوگیری ازهر گونه خطای احتمالی واتلاف سرمایه ها و همچنین بررسی امکان استفاده از تمام فرصت های ممکن می‌باشد. اندی توماس ماتریس آموزش مجاری را بعنوان یک ابزار تحلیلی برای برنامه ریزی و بیان یک دید کلی از آموزش مجازی ارائه می دهد. این ماتریس سازمان را قادر می سازد که نیازهای موجود را اولویت بندی نماید و نیز توانمندی خود را در هر یک از هشت عنصر کلیدی تعلیم؛ استراتژی؛ مدیریت؛ ارزیابی؛ محتوی؛ نرم افزار؛ متد آموزشی واجرا آزمایش نماید. با توجه به اینکه کاربران دیدگاههای مختلفی را در ارتباط با تجارب مهندسی مجدد در فرایندهای آموزشی مجازی دارند ماتریس آموزش مجازی سازمان ها را یاری می نماید تا آنان یک دید منطقی نسبت به یادگیری بعنوان یک فرایند متوالی واجزاء مدولار پیدا کنند. به عبارت دیگر، این ماتریس یک دید کلی از آموزش مجازی ارائه می دهد که بیانگر این است که چگونه زمینه های کاری فوراً با سایر فعالیت ها مرتبط گردد. همچنین این ماتریس زمینه مناسب برای تصمیمات کلیدی درارتباط با زمان ومنابع را برخورد می آورد. در همین ارتباط تعاریف هر یک از عناصر ماتریس بعنوان عوامل کلیدی در طراحی و برنامه ریزی آموزش مجازی ارائه می گردد:۱- تعلیم: کلیه کارکنان در سازمان ازمدیران ارشد گرفته تا کارکنان ستادی متاثر از آموزش های مجازی خواهند بود. برنامه ریزی برای استقرار آموزش مجازی در سازمان نیازمند آگاهی کارکنان از اهمیت ومسائل فنی دراین زمینه می باشد. کارکنای که قرار است در استقرار و مدیریت آموزش های مجازی در سازمان نقش داشته باشند بایستی مهارت و دانش لازم دراین زمینه را کسب نمایند. همچنین شرکت کنندگان در آموزش های مجازی نیز بایستی آموزش لازم برای چگونگی استفاده نمودن از این شیوه جدید را طی کنند.۲- استراتژی: آموزش مجازی صرفاً به تکنولوژی جدید یادگیری اطلاق نمی گردد، بلکه یک شیوه وتفکر کلی درخصوص آموزش کارکنان در سازمان است. سوق دادن سازمان به سمت آموزش های مجازی نیازمند توجه به زیر ساختها، مهارت و توانمندی کارکنان بخش آموزش، فرهنگ مشترک سازمانی و نحوه محاسبه بازگشت سرمایه دارد. به منظور موفقیت در استقرار و بهره گیری از آموزش های مجازی ضرورت دارد عناصر فوق در طرح ریزی استراتژیک آموزش های مجازی ملحوظ گردد.۳- مدیریت: یکی از مزایای کلیدی آموزش مجازی یادگیری قابل انتقال دراین سیستم است.سیستم مدیریت یادگیری به بهره گیری از نرم افزار پیچیده و قابل استفاده

دراجرای متمرکز و دقیق ومشارکت جویانه اطلاق می گردد که مدیریت را به جهت یادگیری بهتر کمک می کند.این سیتم همچنین زمینه لازم برای ارائه برنامه های آموزش با بهره گیری از دسترسی به منابع اطلاعاتی داخلی وخارجی در سطح فراگیران در جامعه را فراهم مینماید.۴- ارزیابی: ابزارهای ارزیابی Online قسمت اصلی واساسی فرایند آموزش مجازی است که شرایط لازم برای سنجش فراگیران قبل از شروع دوره، حین دوره و بعد از دوره می نماید. بکارگیری یک روش ادغامی از هر سه یاده شده برای ارزیابی در آموزش مجازی برای دستیابی به یک ارزیابی استاندارد پیشنهاد می شود.۵- مطالب درسی: روشی که یادگیری برآن اساس شکل می گیرد نقش حیاتی در بخاطر سپاری و نگهداری مطالب دارد. منابع درسی و توسعه محتوی مناسب برای آموزش مجازی می بایست با درنظر گرفتن روش های اصلی ارائه مانند ارائه توسط مدرس، خودیادگیری، آموزش های کلامی، آموزشهای روی خط وغیره طراحی گردد.۶- امکانات فنی: به فرایندی که قابلیت تبدیل مطالب درسی را به درس افزار دراینترنت و اینترانت فراهم می کند امکانات فنی اطلاق می گردد. امروز ابزارهایی موجود است که سازمان ها را بدون نیاز به ابزارها و امکانات پیچیده قادر می سازد که مطالب وبرنامه های آموزش خود را به درس افزار روی خط تبدیل نماید. برنامه های درسی بصورت مدولار،قطعه ای و .... تبدیل می شوند تا فراگیران بتوانند بصورت مکرر ازآن استفاده نمایند.۷- روش ارائه: در روش رایج یادگیری مجازی شامل ارائه به روش همزمان و غیره همزمان می باشد. روش غیر همزمان روشی است که فراگیر با استفاده از امکانات وتسهیلات درنظر گرفته شده بویژه مطالب درسی روی خط آموزش می بینند. آموزش همزمان یا آموزش زنده به ارائه درس در یک زمان خاص درکلاس مجازی توسط یک مدرس کارآزموده و فراگیران متعدد گفته می شود. ممکن است هر دو روش بصورت همزمان تحت روی ادغامی ارائه شود.۸- اجرا:اجرای موفق یک برنامه آموزش مجازی نیازمند بکارگیری ترکیبی از عوامل مختلف فنی، مهارتهای آموزشی، ادغام سیستم ها، توسعه محتوی ومطالب درسی و بومی کردن آنها است. توصیه می گردد جهت برنامه آموزشی مجازی یک مدیره پروژه باتجربه در آموزش مجازی و تکنولوژی اطلاعات انتخاب وبا توجه به زمان و بودجه موجود طرح ریزی لازم انجام پذیرد. همچنین ضرورت درداز قبل امکانات و قابلیت های موجود در سازمان که جهت اجرای آموزش های مجازی لازم است تأمین گردد تا اجرای موفق آن در سازمان میسر گردد.فرایند یادگیری ایجاد واستقرار آموزش مجای به نقل از همان منبع نیازمند طی چهار مرحله مجزا می باشد:۱- جنبه های آموزشی۲- طراحی زیر ساخت۳- مدیریت پروژه۴- استقرارمرحله اول: جنبه های آموزشی ضرورت دارد سازمان های متقاضی چالش ها وفرصت های آموزش مجازی را در سه سطح ذیل بدرستی درک کنند:۱- امکانات تحقق برنامه های استراتژیک تجاری بااستفاده از تکنولوژی جدید آموزشی۲- امکان بهره گیری از آموزش مجازی در بخشهای خاصی از صنعت مورد نظر.۳- قابلیت ایجاد ارتباط آموزشها با نیازها و اهداف ویژه سازمان. منظور از درک فرصتهای آموزش مجازی این است که متقاضیان بتوانند اهمیت نقش آن را در زنجیره کیفیت سازمان و به بازار رساندن فراورده ها و خدمات از طریق ارائه بهتر ونتیجتاً کاهش هزینه بدرستی دریابند. ضرورت دارد سازمانها جهت دریافت بازخور ونیز اطلاعات لازم برای اتخاذ تصمیم های لازم در این فرایند از طریق آموزش مجازی به یکی از روش های ذیل بامشتریان خود ارتباط برقرار نمایند.- مباحثات و مذاکرات انفرادی جهت برآورد نیاز- کارگاههای آموزشی بصورت گروهی برای کشف مسائل- بازخورد مشورتی از طریق آموزش مجازی که طی آن متخصص فن مهارت، تجارت و ... خود را روی یک مسئله خاص ارائه می دهد.- توصیه از طریق گزارش ها وارائه برنامه ها جهت کمک به فرایند استراتژیک تصمیم گیریمرحله دوم : طراحی زیر ساخت این مرحله در برگیرنده تبیین یک معماری خاص در زمینه دانش موردنیاز برای عملی کردن فرصتها و موقعیتهای مورد نیاز برای استقرار آموزش مجازی است. دستیابی به ارقام واقعی سرمایه گذاری مورد نیاز و نیز بازگشت سرمایه از حیث هزینه های صرفه جویی شده وافزایش درآمدی که درنتیجه بهبود عملکرد وافزایش کارآئی سازمان حاصل می گردد، دراین مرحله انجام می پذیرد. طراحی ابزار برای سنجش و اندازه گیری پیشرفت های حاصله دراین زمینه نیز از فرایندهای این مرحله از

کـار است. اولین مرحله این فراینـد برنـامه ریزی ترسـیم استراتژی آموزش مجازی برای تبیین اهـداف تجاری سازمان است. اهـداف ومقاصـد استراتژیک که می تواند از طریق آموزش مجازی در سازمان حاصل گردد چه می باشد؟ احتمال دستیابی به این اهداف از طریق آموزش مجازی تا چه حد متحمل است؟ با اجرای یک فرایند نیاز سنجی آموزشی در سازمان می توان مشکلات مهارتی و نیز خلاء های دانش را شناسائی و به سرعت توسط آموزش های مجازی برطرف نمود. براساس گزارشات برخی از سازمانها معلوم شده اسـت کـه آمـوزش هـای مجـازی در برآورد نیازهـای آموزشـی مهـارت هـای مـدیریتی، فنی،ایمنی و بهـداشت، فروش و بازاریـابی،تکنولوژی اطلاعـات و ... موثر بوده است. مرحله بعـد در طراحی زیر ساخت مربوط به چگونگی تهیه محتوی است.اینکه آیا امکان تهیه محتوی در داخل سازمان وجود دارد و یا بایستی از خارج سازمان تأمین شود. آیا قابلیت مـدیریت سیسـتم در سازمان وجود دارد، آیـا هزنیه و قـابلیت های فنی برای روش های مختلف تأمین منابع درسـی، امکانات فنی مورد نیاز ومـدیریت سیسـتم در سازمـان وجـود دارد و..... ازجملـه مـواردی اسـت که بـایستی در سازمـان مـورد بررسـی وتجزیه و تحلیـل قرار گیرد. درطراحی زیر ساخت که یک معماری و طرح آموزشـی به منظور دستیابی به اهداف استراتژیک آموزشی با در نظر گرفتن منابع ونیازهای موجود بـایستی تعریف گردد که بـا توجه به شـرایط می توان در برگیرنـده موارد ذیل باشـد:۱- برنـامه ریزی برای به کـارگیری روش های ادغـامی آموزشـی (همزمان و غیر همزمان) در سازمان۲- ایجاد سیسـتم مدیریت آموزشـی به منظور تبیین تکنولوژی های آموزشی مجازی جهت مـدیریت و ارزیابی فعالیت های آموزشـی۳- تبیین نقش آموزش مجازی در محـدوده مـدیریت دانش بویژه مـدیریت معنوی۴- ادغـام فراینـدها و تکنولـوژی منـابع انسـانی موجود (eHR) مرحلـه سـوم: مـدیریت پروژه هنگـامی که طرح آموزشـی به تصـویب رسـید برنـامه ریزی برای عملیـاتی کردن آن به سـرعت بـایستی انجـام پـذیرد دراین مرحله طرح تفصـیلی اسـتقرار آموزش مجازی صورت می پذیرد که اولین قدم تعریف پارامترهای لازم در مدیریت پروژه است.انتخاب یک مدیر پروژه با تجربه و آشـنا به تکنولوژی اطلاعـات، تصـمیم گیری درخصوص متـدلوژی و برنـامه زمـان بنـدی مورد نیاز برای اسـتقرار آموز مجازی و روش های ارزیابی عملکردی برای بررسی میزان پیشرفت طرح این فرایند مشخص می گردد. بعنوان بخش دیگر این فرایند یک بررسی تحلیلی برای تعیین منـابع مورد نیـاز و امکانـات موجود و در دسترس براسـاس مـاتریس آموزش مجازی (tm) صورت می پـذیرد. همچنین دراین فعـالیت ، منـابع موجود، دانش و تخصـص مورد نیـاز در زمینه تکنولوژی اطلاعـات و زیر سـاخت مشـخص می گردد. پس از بررسـی جنبه های آموزشـی و زیرساختی مورد نیاز برای اسـتقرار آموزش مجازی، برنامه ریزی بایستی روی فراینـدها و فعالیت های مرتبط با روش ارائه از جمله مدیریت وارائه محتوی آموزشی، امکانات فنی و معیارهای ارزیابی متمرکز گردد.مرحله چهارم: استقرار آموزش مجـازی در سازمـان اجرای آموزش مجـازی پس از بررسـی و تبیین کامـل سه مرحله فوق جهت عملیات کردی فراینـدها و طرح ها برای اسـتقرار آموزش مجازی با در نظر گرفتن عوامل کلیـدی ذیل در سازمان صورت می پـذیرد:- تدوین ساختار مدیریت پروژه؛ توسـعه محتوی؛ تکنولوژی؛ اجرای برنـامه هـای کمکی (پایگـاه داده، سیسـتم منابع انسانی و.....)؛ آزمایش و ادغام محتوی؛ اجرای پـایلوتی آن در داخـل سازمان برنامه های تربیت مـدرس و آموزش کارکنان.- افراد کلیـدی مورد نیاز برای اسـتقرار آموزش مجـازی را می توان به شـرح ذیل برشـمرد:۱- مـدیریت پروژه آموزشـی: یک مـدیر آموزشـی با تجربه و متخصـص که بتوانـد طرح اسـتقرار آموزش مجـازی را طبق برنـامه زمـان بنـدی و بودجه تعیین شـده با موفقیت به اجرا درآورد.۲- اعضاء پروژه شامل مـدیران عالی،افراد عملیاتی، مدیران و کارکنان آموزش و نهایتاً اسـتفاده کنندگان برنامه های آموزشـی.۳- متخصصان تکنولوژی اطلاعات: از آنجـا که اسـتقرار آموزش مجـازی نیـاز به فن آوری خـاص درزمینه تکنولوژی اطلاعـات دارد بنـابراین بکارگیری افرادی که در زمینه تکنولوژی ذیـل صـاحب تجربه انـد از اهمیت ویژه ای برخوردار است:- سیسـتم هـای مـدیریت یـادگیری- سیسـتم های زنـده آموزش مجازی- سیستم های ارزیابی روی خط- سیستم های مدیریت محتوی آموزشی- ابزارهای تبدیل محتوی آموزشی بصورت Online- ابزارهـای کـامپیوتری مورد نیاز در آموزش مجازی- نرم افزارهای مورد نیاز جهت ارائه- سیسـتم های ارزیابینتیجه گیری

اهمیت آموزش در چرخه مدیریت کیفیت جامع از طرفی و نقش فن آوری در رویکرد جدید به توسعه آموزش مجازی به عنوان ره آورد تکنولوژی اطلاعات در کشور می تواند دانشگاه و صنعت و نتیجتاً روند بهسازی و توسعه نیروی انسانی و نتیجتاً بهبود کیفیت را متحول سازد. این پدیده به عنوان یک فن آوری مدرن نیاز به آشنائی بومی کردن و بکارگیری موثر آن در کشور دارد.مرز گستری سازمانها و حرکت بسوی مجازی شدن راه را برای استقرار آن فراهم می کند.استقرار آموزش مجازی نیازمند در اختیار داشتن نیروی انسان متخصص و آشنا به این فن آوری، مدیریت کارآمد، سیستم و امکانات سخت افزاری ونرم افزاری برای تبدیل محتوی به درس افزار و ..... می باشد. روند توسعه سازمانها درکشور و مزایایی که مترتب بر استقرار آموزش مجازی از جمله کاهش هزینه های آموزشی، بهبودعملکرد و بهره وری بیشتر، تسریع در دسترسی به بازار، تسهیل جذب و بکارگیری نیروی انسانی موردنظر و فراهم آوردن فرصت به روز آوری دانش و.... پذیرش و توسعه این تکنولوژی را غیر قابل اجتناب می کند. در پایان خاطر نشان می سازد پذیرش این فن آوری بدلیل جدید بودن آن حتی در کشورهای توسعه یافته هنوز یکی از موضوعات اصلی تحقیقات روز بوده وانتظار می رودان پدیده ازابعاد مختلف مورد تحقیق متخصصین و محققین کشور قرار گیرد. منبع: مجموعه مقالات سومین کنفرانس مدیران کیفیت؛ ۲۴-۲۶ تیرماه ۱۳۸۱؛ صص ۱۳۱-۱۵۳ تهیه و تنظیم: پایگاه مقالات علمی مدیریت www.SYSTEM.PARSIBLOG.com

آشنایی با MRP و ERPدر سازمان ها

۷:۵۶

آشنایی با MRP و ERPدر سازمان هامولف: گسترش انفورماتیک ایران

مقدمه: هر سازمان، هرچند که کوچک باشد، دارای بخش ها و سلسله مراتبی است. هر بخش مسئولیتهایی را بر عهده دارد که به نحوی تکمیل کننده وظایف سایر قسمت های سازمان میباشند. این بخش ها، در کل در جهت منافع سازمان قدم برداشته و سعی می کنند اهداف سازمان خود را عملی سازند، همچنین بسته به وظایف تعیین شده برای هربخش از سازمان، بعضا موظف هستند با دیگر بخشهای درون سازمان و یا برون از سازمان ارتباط متقابل داشته باشند. برای مثال بخش فروش یک سازمان را در نظر بگیرید. این بخش باید با بخش تولید و همچنین بخش مالی درون سازمان ارتباط مستمر داشته باشد و در عین حال با دیگر شرکتها که نقش مشتری را ایفا میکنند در ارتباط است. حال سازمانی را در نظر بگیرید که بخش فروش آن با دیگر قسمتهای آن سازمان بی ارتباط است و به صورت یکسویه انجام فعالیت میکند. کاملا واضح است که چه تبعاتی را به دنبال خواهد داشت. در خوشبینانه ترین حالت میتوان حدس زد که واحد فروش کالایی را به فروش میرساند در حالی که واحد تولید در آن بازه زمانی قادر به تامین و تولید آن کالا نیست. اگر تعامل در هر یک از قسمتهای سازمان از بین برود، بدون شک شاهد تبعات منفی زیادی خواهیم بود. از این رو باید با استفاده از یک راه حل کارآمد، تعامل درون سازمانی و تعامل برون سازمانی را پوشش داده و یکپارچگی اطلاعاتی به وجود آوریم.در این زمان، ERP به عنوان سیستم یکپارچه ساز اطلاعاتی در سازمان، مورد توجه قرار میگیرد. یک سیستم ERP کلیه بخشهای درون سازمان را در برگرفته و اطلاعات را به صورت یکپارچه، در یک بانک اطلاعاتی نگهداری میکند، که از این اطلاعات در هر زمان که نیاز باشد در انجام سایر وظایف استفاده میشود. مانند تولید، مدیریت زنجیره تامین، پروژه ها، منابع انسانی و ... .در ادامه این مطلب نگاهی به تاریخچه ERP و نحوه شکل گیری آن خواهیم داشت. همچنین خواهیم دید که چگونه باید ERP را انتخاب کرد و خصوصیات و نقاط قوت و ضعف سیستم ERP را مورد بررسی قرار میدهیم.تاریخچه ERPدر زمانهای گذشته، یعنی قبل از دهه ۶۰، سازمان ها و شرکت توجه چندانی به روند انجام وظیفه توسط بخشهای مختلف خود نداشتند. به بیانی دیگر هر بخش از سازمان فقط به انجام وظیفه در حیطه کاری خود تمرکز داشت و ارتباطی بین بخش های

مختلـف سازمـان به چشم نمی خـورد. نرم افزارهـایی که در این دوران مـورد اسـتفاده قرار میگرفتنـد تـوجهی به حجم تولیـد، زمـان تحویـل، موجودی و ... نداشـتند و هـدف آنهـا تهیه مواد لازم برای تولیـد تعـدادی محصول بود.دهه ۶۰ یعنی سالهـای بین ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، مفهـوم MRP توسط شـرکت IBM ارائه گردیـد. در این دوران تمرکز بیشـتر بر روی سیسـتم هـای کنـترل موجـودی بود. منظور از MRP ، برنامه ریزی مواد مورد نیاز و نظارت دقیق بر روند تغییر میزان موجودی است. شـرکت IBM نرم افزاری را تحت عنوان MRP I ارائه کرد که مشـکل اصـلی آن نیاز به وجود کامپیوترهای بسـیار گرانقیمت بود. از طرفی دیگر این سیستم ارتباط بین تولیـد و استراتژی هـای رقابتی سازمان را چنـدان مـد نظر قرار نمی داد. ضـمنا ظرفیتهای تولیـدی سازمان چنـدان در این سیسـتم لحاظ نمی شدند.MRP در نـوع خـود یـک انقلاب بزرگ محسوب می شـد امـا ضـعف بزرگ آن این بود که خود نیز جزیی از زیرسیسـتم ها محسوب به شـمار می رفت و عدم توانایی در یکپارچگی مابین اجزای سیستم باعث شد که جای خود را به MRPII بدهـد. این سیسـتم در ایجاد یکپارچگی در اجزاء بخش تولید موفق عمل کرد اما باز هم نتوانست بخش غیر تولیدی و خدماتی را به صورتی یکپارچه مدیریت کند. همچنین این سیسـتم ها به صورت اطلاعاتی مطلق عمل میکردند و در انجام امور و فعالیت ها نقشـی نداشـتند. در اوایل دهه ۹۰ میلادی، نسـل جدیـدی از این سیسـتم ها تحت عنوان ERP، پـا به عرصه وجود نهادنـد، که توانسـتند با اسـتفاده از فن آوری اطلاعـات، شـبکه ای از نرم افزار ها و سـخت افزار ها ایجاد یکپارچگی بین تمام بخشـهای سازمان (تولیـدی و خدماتی) را فراهم سازند.ERP با ایجاد زنجیره ای کاملا یکپارچه بین کلیه واحدها و بخشـهای یک سازمان ضمن افزایش راندمان کاری هر یک از این بخش ها و کاهش زمان لازم جهت تولید و ارائه کالا ها و خدمات، در هر لحظه آماده پاسخ گویی به نیازهای مشتریان، کارکنان و تامین کنندگان می باشد. ERP را نمی توان به تولید یا تجارتی خاص محدود کرد و میتواند در هر سازمان چه تولیدی باشد و چه خدماتی، مستقر شده و صاحبان آن را از مزایای خود بهره مند کند. امروزهERPهای پیشرو، علاوه بر اینکه کلیه وظایف سـنتی مدیریتی شـرکتها همچون سیسـتمهای مالی، فروش، تولید، منابع انسانی و ... را پوشـش می دهند، شامل راه حل هائی همچون مـدیریت داده های تولیـد ، سیسـتم مـدیریت انبار ، سیسـتم اجرائی تولید و غیره نیز میباشـند. اکنون کارائیERPها آنچنان افزون گردیـده کـه بتواننـد بمنظـور پشتیبـانی از نیازهـای همـه صـنایع و زمینـه هـای تجـاری هماننـد صـنایع بهـداشت و درمـان و خودروسازی متناسب گردند. یک سیستم ERP از لحظه ای که مواد اولیه از تامین کننـدگان تقاضا میشود تا لحظه ای که محصول ارائه شـده توسط شـرکت به مصـرف کامل می رسد، حضور دارد و کلیه مراحل را به صورت یکپارچه مدیریت می کند. جدول ۱) سیر تکامل سیستم های مدیریت منابع سازماناجزاء ERPهمان طور که قبلا اشاره شد، مدیریت منابع سازمانی (ERP) در واقع ارائه جدیدی از مدیریت منابع ساخت (MRPII) می باشـد. در مدیریت منابع ساخت کاستی هایی وجود داشت که باعث عدم موفقیت در برطرف کردن مشکلات سازمان می شد. یکی از این مشکلات عدم ارتباط در لایه های مختلف بود و بیشتر ارتباطات به صورت افقی انجام می شـد. همچنین این سیسـتم ها به صورت اطلاعاتی مطلق عمل می کردند و در انجام امور و فعالیت ها نقشـی نداشـتند. پس از ظهور نسـل سیسـتمهای ERPدر اوایـل دهه ۹۰ میلادی، مـدیریت منـابع سازمانی، رنگی دیگر پیـدا کرد و یکپارچگی کل فرآینـدهای سازمانی و بین بخشـی آن فراهم آمـد. ارتباط بین کلیه بخش های سازمان، صـرف نظر از تولیـدی یا خـدماتی بودن، از مهمترین و اصلی ترین وظایف یک سیستم ERP محسوب می شود.تا قبل از ظهور سیستم ERP، این مسئله که هر بخش از سازمان برای خود یک سیستم اطلاعاتی جداگانه داشته باشد، زیاد دور از ذهن به نظر نمی رسید. برای مثال بخشهای منابع انسانی، ارتباط با مشتری و تولیـد، هر یـک برای خود یـک سیسـتم مجزا و با ساختار انحصاری داشـتند. در این حالت مشـکل عمومی، ایجاد تعامل و یکپارچگی بین اطلاعات این بخشـها می باشد. از ابتدای دهه ۹۰ میلادی و احساس نیاز به یکپارچگی بین بخشـهای مختلف سازمان و ظهور ERP، تا به امروز، شاهد صـعود شـگرفی در روند فعالیتهای تجاری سازمانها و شـرکت ها هستیم و این روند همچنان ادامه دارد. دلیـل اصـلی این امر را می تـوان بـدین گـونه بیـان کرد که بـا پیشـرفت روز افزون علم و تکنولـوژی ، سیسـتم هـای ERP نیز

گسترش یافته و توانسته انـد زیر بخش های مدیریتی بیشتری را در کلیه زمینه های فعالیت سازمان، تحت پوشش قرار دهند. شکل ۱) نمودار ارزیابی میزان سود سازمانها از ابتدای شکل گیری سیستم ERP تا سال ۲۰۰۴در یک تقسیم بندی کلی می توان اجزاء تشکیل دهنده سیستم‌های ERP را در قالب گروههای زیر مورد بررسی قرار داد • :بخش تولید : o مهندسی، صورت حساب مواد، زمانبندی، مدیریت جریان کار، کنترل کیفیت، مدیریت قیمتها، فرآیند ساخت و • ... .مدیریت زنجیره تامین : o روند دریافت سفارش تا تامین، صورت موجودی، خرید، برنامه ریزی زنجیره تامین، زمانبندی تامین کنندگان، ارزیابی کالاها، محاسبات مربوط به کارمزد و • ... .بخش مالی : o دفتر کل، مدیریت نقدینگی، حسابهای پرداختی، حسابهای دریافتی، دارایی های ثابت و• ... . بخش طرح و برنـامه : o قیمت گذاری، صدور صورت حساب، مدیریت فعالیتها و • ... .بخش منابع انسانی : o منابع انسانی، صورت حقوقی، آموزش، صورت وظایف و •... .بخش مدیریت ارتباط با مشتری   : o فروش و بازاریابی، کمیسیون، کار و خدمات و • ... .بخش انبار داده : o ثبت کلیه داده ها و اطلاعات مربوط به بخشهای سازمان و ایجاد تعامل مابین این بخشها•. برنامه ریزی تولید: o برای برنامه ریزی و کنترل فعالیتهای تولیدی یک شرکت کاربرد دارد. این ماژول شامل اجزای فرعی BOM ، مراکز کاری، ردیابی مواد، برنامه ریزی عملیات و فروش، برنامه کلان تولید، برنامه ریزی نیازمندیهای مواد، کنترل سطح کارخانه، سفارشات تولید، هزینه یابی مواد و...می‌باشد •.مدیریت کیفیت : o یک سیستم اطلاعاتی و کنترل کیفی است که برنامه ریزی کیفیت ، بازرسی و کنترل تدارکات و تولید را بر عهده دارد.توجه به این مطلب ضروری است که اصلی ترین بخش هر سیستم ERP، شامل ماژولهای کاربردی آن می باشد. این اجزا می توانند خود دارای اجزای فرعی باشند که برای وظایف و مقاصد ویژه ای کاربرد دارد که عبارتنـد از : ساختار سازمانی شرکت ، طراحی چارچوب گزارشات داخلی و خارجی (جهت ارسال به سازمانهای خارج از شرکت) ، سازمان فروش ، کانالهای توزیع کالا، سلف سرویس کارمندان (کارمندان قادرند از طریق اینترنت به اطلاعات خود درسیستم منابع انسانی دسترسی داشته باشند)، سیستم MATCHCODE جهت یافتن اطلاعات خاص مورد نیاز با استفاده از ابزارهای جستجو ، امنیت سیستم و ... . شکل ۲) شمای کلی از منطق درونی سیستم ERPچرا از ERP استفاده می کنیم؟بطور کلی هدف اصلی و اولیه ERP آن است که فرآیند دریافت سفارش از مشتری و پردازش آن تا مرحله نهایی را بهبود بخشد . بعنوان مثال وقتی یک سفارش رسیده از سوی مشتری وارد سیستمERP میگردد ، همه اطلاعات لازم جهت تکمیل و ارائه این سفارش ، در آن موجود میباشد . اطلاعات مربوط به اینکه آیا مشتری سفارش دهنده ، اعتبار کافی نزد شرکت را دارد یا خیر ، از ماژول مالی بدست می آید و به همین ترتیب اطلاعات لازم در مورد سطح موجودی انبار کالا و مواد اولیه مربوط به این سفارش ، از ماژول انبار استخراج میگردد.دلیل دیگری که یک سازمان را ملزم به پیاده سازی یک سیستم ERP میکند، بحث هزینه هاست. البته باید توجه داشت که اجرای یک سیستم ERP نیز خود به تنهایی منجر به صرف هزینه های بعضا زیاد میشود. در نتیجه بایـد با یک امکان سنجی دقیق بحث هزینه ها را زیر نظر گرفت. این امکان سنجی باید با علم به اینکه هزینه های مربوط به اجرای سیستم ERP معمولا برگشت پذیر خواهند بود، انجام گیرد. به طور کلی در صورت مواجه شدن با هریک از شرایط زیر باید به استقرار ERP و یا ارتقای نوع فعلی آن اقدام کرد •:عدم وجود یکپارچگی در میان بخش های مختلف درون سازمانی و برون سازمانی• احساس نیاز برای برقراری ارتباط با تجارت الکترونیک •عدم هماهنگی زنجیره تامین با نیازهای سازمان •رشد سریع و یا غیر قابل کنترل سازمانی •شرایط مبهم مالی •صرف هزینه های جانبی زیاد و اجتناب نا پذیر •عدم هماهنگی انبار ها با بخش تولید •دوباره کاری و یا موازی کاری •تغییر صعودی نیازهای مشتریان •نیاز به افزایش بازدهی •تاثیر منفی ERP فعلی مستقر در سازمان بر روند رشد (عدم موفقیت ERP فعلی •)عدم توانایی در برآورد های لازم بطور دقیق و همچنین پیش بینی ها و برنامه ریزی ها •به طور کلی عدم توانایی در مدیریت منابع سازمانیک سیستم ERP، سیستمی انعطاف پذیر است که اطلاعات و فرآیندهای مربوط به این اطلاعات، در درون واحدهای سازمانی، بین واحدهای سازمانی و واحدهای سازمانی با خارج از سازمان را یکپارچه میکند. از

این رو میتوان گفت ERP به دلیل پوشش افقی سازمان، یکپارچگی آن را تضمین میکند و هر زیر سیستم اطلاعات خود را بر روی پایگاه داده مشترک درج میکند. به بیانی دیگر در ERP، افزونگی داده وجود ندارد و مغایرت بین زیر سیستمها از بین رفته و همخوانی اطلاعات تضمین میشود. ERP کلیه فرآیندهای سازمان را که جنبه اطلاعاتی دارد تحت پوشش قرار می دهد. برای مثال در شرکتهای توزیعی و تولیدی، فرآیندهای فروش و خدمات پس از فروش، فرآیند تدارک و تامین کالا، فرآیند برنامه ریزی و کنترل تولید، فرآیند نگهداری و تعمیرات، فرآیند دریافت و پرداخت، فرآیند منابع انسانی و فرآیندهای مالی از قبیل دفتر داری ، حقوق و دستمزد، دارایی های ثابت، بودجه و گزارشات و قیمت تمام شده و ... ، به صورت خودکار و غیر قابل تغییر صادر گردد. سیستم ERP قادر است با سیستم های خارج از سازمان تبادل اطلاعات نماید.این تبادل از قبیل اخذ سفارش از مشتری و درخواست خرید از تامین کنندگان است. به عبارت دیگر، ممکن است قسمتی از فرآیند، خارج از سازمان اجرا گردد.یکی دیگر از عواملی که استفاده از ERP را لازم جلوه می دهد خاصیت تغییر پذیری یا انعطاف پذیری آن است. یکی از عوامل شکست سازمانهای موفق، پایبندی سنتی سازمان به فرآیندهایی است که زمانی کار آمد بوده اند ولی به مرور و با تغییر شرایط ، ناکارآمد شده اند و سازمان برای طراحی مجدد آن تدبیری نیندیشیده است. بدیهی است سازمانهایی ماندگار ترند که از فرآیند های کار آمدتری برخوردارند و راهکار سیستماتیک برای بهبود مستمر فرآیندها تدارک دیده اند. شکل ۳) ایجاد یکپارچگی بین لایه های مختلف مدیریتی به طور خلاصه میتوان حداقل مزایای یک سیستم ERP را شامل موارد زیر دانست •:فرآیندگرایی o فرآیند های کسب و کار از طریق سیستم مدیریت فرآیند ، در کارتابل مسئولین به گردش در می آید •.گزارش ساز o کاربران ERP با استفاده از داده های بانک اطلاعاتی می توانند گزارش های موردی را تعریف و تهیه نمایند •.برنامه ریزی o برنامه ریزی تامین مواد o برنامه ریزی تولید بر اساس ظرفیت و سایر منابع o برنامه ریزی آموزش کارکنان o برنامه ریزی پیشگیرانه ماشین آلات و تجهیزات •چند ارزیدستاوردهای دیگری را که میتوان به وجود یک سیستم ERP نسبت داد، چه در حوزه های فنی و عملیاتی و چه در حوزه مالی ، عبارتند از • :ارائه روش‌های استاندارد و یکپارچه برای انجام عملیات در واحدهای مختلف سازمان •بهبود کیفیت اطلاعات و سرعت دستیابی به آن •به‌روز نمودن اطلاعات مالی و عملیاتی •کاهش هزینه‌های عملیاتی (پردازش اطلاعات، خرید، فروش، پشتیبانی و تدارکات و • ...)بهبود مدیریت سفارشات •کاهش زمان انجام فرایندهای عملیاتی (خرید، فروش، تحویل/ توزیع کالاـ و • ...)کاهش زمان دوره انبارداری و موجودی انبار •افزایش راندمان کاری کارکنان •کاهش هزینه‌های دوره‌های نگهداری تجهیزات •سازماندهی و بهینه‌سازی روش‌های ورود داده‌ها در سیستم •بهینه‌سازی موجودی سازمان •دسترسی سریع و ایمن به اطلاعات به دلیل طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌ها مبتنی بر اینترنت •کاهش میزان سطوح آموزشی مورد نیاز جهت مدیریت سازمان به دلیل یکپارچگی سیستم‌ها •همبستگی کامل و خودکار بین سیستم‌ها •امکان شبیه‌سازی سناریوهای مختلف در سیستم ERP قبل از اجرای عملیات و مشاهده نتایج آن •به حداقل رساندن هزینه‌های سازمان (به ویژه هزینه‌های عملیاتی •)استفاده بهینه از دارائی‌ها •افزایش برگشت سرمایه •بهینه‌سازی گردش مالی •کاهش زمان بستن حساب‌های مالی آخر دوره (کاهش زمان دوره‌های مالی •)کنترل منابع جهت استفاده بهینهاز دیگر مزایای ERP امکان استفاده از تکنولوژی های روز دنیا در به کار گیری آن است. برای مثال با استفاده از یک سیستم ERP ، ایجاد یک تجارت الکترونیک به ساده ترین صورت ممکن انجام پذیر است. که میتوان تحت عنوان ERPی توسعه یافته از آن نام برد. شکل ۴) ERPی توسعه یافته مجهز به Networkنگرش های اجرای یک سیستم ERP :اولین اصل که در طراحی و پیاده سازی یک سیستم ERP در یک سازمان، باید مورد بررسی قرار گیرد و به نوعی بیشترین سهم را در تضمین موفقیت آن سیستم دارا میباشد، بحث فرهنگ سازی در بین کارکنان آن سازمان میباشد. باید به این مسئله توجه داشت سازمانی که میخواهد یک سیستم ERP را تجربه کند، آیا قبلا از سیستم دیگری استفاده میکرده و یا اینکه سازمان مربوطه در حال شکل گیری است و از بدو تاسیس تقاضای استفاده از ERP را دارد؟ در صورتی سازمان مورد نظر قبلا با

سیستمی ناکارآمد دست و پنجه نرم میکرده است باید در ابتدا به کاربران سیستم قبلی یک شمای کلی از خصوصیات سیستم ERP ارائه کرد و به نوعی فرهنگ استفاده از آن را در بین افراد جا انداخت. چرا که اگر بدون فرهنگ سازی اقدام به تغییر در سیستم گردد، مقاومت کارکنان را شاهد خواهیم بود. پس از این مرحله باید یک تعریف جامع از اهداف پیاده سازی سیستم ERP در سازمان و درک ضرورت آن تهیه شود.همانطور که قبلا نیز اشاره شد، اجرا یک سیستم ERP مستلزم صرف هزینه خواهد بود که این هزینه بسته به حجم کار ممکن رقم بزرگی باشد. در نتیجه ایجاد اطمینان از اینکه بودجه کافی برای طرح موجود است یک امر مهم در فاز امکان سنجی محسوب می شود که به تبعات آن رضایت مدیران ارشد سازمان و اطمینان از حمایت آنان نیز مورد بررسی قرار خواهد گرفت.علل شکست بسیاری از ERPها که در ادامه مورد بررسی قرار خواهد گرفت ، عدم آگاهی در باره این موضوع است که : کدام سیستم ERP برای سازمان مناسب ترین خواهد بود؟ پس باید قبل اجرایی شدن طرح ، با تحلیل و بررسی های کارشناسانه و بهره گیری از مشاورین اصلح، بهترین و مناسبترین نوع سیستم ERP بر اساس نیازمندی های سازمان، حجم کاری سازمان، وسعت سازمان، زمینه های فعالیت سازمان و ... انتخاب گردد. با در نظر گرفتن موارد فوق و تعیین مسیر، با انتخاب تیمی کارآمد و با تجربه در زمینه ERP، پروژه به مرحله اجرا وارد می شود. با انجام این امکان سنجی های اولیه باید یک روش مشخص را برای جایگزینی سیستم فعلی با یک سیستم ERP انتخاب کرد. بر اساس تحقیقات انجام شده، سه روش عمده برای این کار وجود دارد که عبارتند از :۱. Big-Bang Approach §: در این روش، همانطور که از نام آن پیداست، با یک جایگزینی انفجاری رو به رو هستیم. یعنی سیستم فعلی و کلیه تجهیزات وابسته به آن به یک باره و در یک روند ضربتی کنار گذاشته میشود و سیستم جدید جای آن را میگیرد. این روش، ریسک پذیری زیادی دارد و بحث فرهنگ سازی و امکان سنجی را نیز نادیده میگیرد. از این روش معمولا به ندرت استفاده میشود و در گذشته بیشتر کاربرد داشته است.۲. Pilot Approach §: در این روش از پیاده سازی، با مطالعه بخش های مختلف سازمان، یک بخش به عنوان Pilot در نظر گرفته میشود. از خصوصات بخش Pilot این است که تغییر در آن بر روند کاری سازمان کمترین تاثیر را داشته باشد. از این طریق میتوان سیستم جدید را به صورت آزمایشی، در این بخش از سازمان اجرا کرد و نتایج را مورد بررسی قرار داد. در صورت موفقیت آمیز بودن سیستم، به مرور به اشاعه آن پرداخت. مزیت بزرگ این روش ، امکان استفاده از تجربیات قبلی در اجرای سیستم در بخش Pilot میباشد. در این روش میتوان عیبهای احتمالی را به سرعت شناسایی کرد و با در دست داشتن زمان کافی به رفع آنها پرداخت.۳. Phased Approach §: در این روش ، هدف به جای پیاده سازی کل پروژه ERP بر ماجولها و اجزایی از این سیستمها متمرکز است . به این ترتیب که ابتدا تیم راه اندازی با مدیران ارشد در مورد اینکه چه اجزایی پیاده سازی شود به اتفاق نظر رسیده و در نهایت اقدام به راه اندازی آن میکنند . از آنجا که در عمل چنین اجزایی معمولا سیستمهای حسابداری و مالی بوده است و در این بخشهامعمولا "تعداد نسبتا "محدودی از پرسنل کل سازمان فعالیت دارند ، موفقیت پروژه در این بخشها دلیلی قاطع بر موفقیت پروژه در سطح کل سازمان نخواهد بود . نهایتا "پس از تکمیل و عملیاتی شدن این بخشها ، سایر اجزای ERP نیز به ترتیب اولویت درسازمان پیاده سازی خواهد شد .مشکلات موجود در پیاده سازی ERP : بدون شک هیچ تغییری خالی از مشکلات نخواهد بود. ایجاد تغییر در روند سیستماتیک یک سازمان نیز تبعاتی را در پی خواهد داشت که میتوان با مطالعه قبلی و ایجاد آمادگی، خیلی از این مشکلات را حل کرد. البته باید توجه داشت که این معضلات در اجرای یک سیستم ERP نباید باعث خدشه دار شدن مزایای استفاده از آن گردد. اولین مشکل در اجرای یک ERP و بعد از آن، افزایش هزینه ها میباشد. این هزینه ها ، هم مربوط به زمان اجرای سیستم و هم مربوط به نگهداری آن میشود. همچنین افزایش هزینه پرسنل را نیز در پی خواهد داشت. منظور از هزینه پرسنل، جذب و به کار گیری افرادی است که آشنایی لازم با ERP را داشته باشند و یا ایجاد محیط آموزشی برای کارکنان فعلی. مسئله بعدی که پیش رو خواهد بود، وجود الزام در مهندسی مجدد خواهد بود. مخارج بالا در تهیه ERP و همچنین پرداخت حق عضویت در برخی از سیستم های

ERP یکی دیگر از مشکلات استفاده از این سیستم هاست. در برخی موارد به علت عدم موجود بودن پرسنل IT قوی ، راهنمایی های فنی به درستی درک و یا عمل نمی شود و سبب توقف موقت در بهره برداری از سیستم می گردد. به طور کلی میتوان مشکلات اصلی موجود در یک سیستم ERP را در شش مورد خلاصه کرد. البته راه کار پیشنهادی در رفع آنها نیز قید گردیده است : ۱. زمانبر بودن ERP:ü راهکار : توجه بیشتر به مسائل عمومی و ایجاد اجماع عمومی و به حداقل رساندن مسائل با حساسیت بالا و سیاست های داخلی.۲. گران و پر هزینه بودن ERP:ü راهکار : ایجاد یک سیستم ERP ممکن است از چند صد هزار تومان تا چند میلیارد تومان هزینه در بر داشته باشد. اما این هزینه به مراتب کمتر از مهندسی مجدد کل روند تجاری سازمان خواهد بود و همچنین ایجاد تغییر در سیستم ERP پس از گذشت چند سال بسیار ارزانتر از مهندسی مجدد چندباره میباشد.۳. ایجاد تطابق و هم شکلی میان ماژولهای سازمان :ü راهکار : میتوان در ابتدا از ساختار و معماری خاصی بهره جست که بیشترین یکپارچگی میان اجزای سازمان را پوشش دهد.۴. به وجود آمدن وابستگی به تامین کنندگان سیستم:ü راهکار : با ایجاد سیستم ERP، فقط با یک تامین کننده سر و کار خواهیم داشت و آن هم تامین کننده سیستم خواهد بود. در حالی که سایر تامین کنندگان به سیستم ارجاع داده میشوند و این ERP است که به آنها پاسخ خواهد داد. به عبارتی دیگر ، وابستگی به یک تامین کننده بهتر از چندین تامین کننده میباشد.۵. امکانات و پیچیدگی ماژولهای ü: ERP راهکار : سازمانی که از ERP استفاده نمیکند نیز دارای ماژولها و بخشهای متعدد و بسیار زیادی است که کارکنان باید مرتب آنها زیر نظر داشته و نگهداری کنند اما با وجود یک ERP، کارکنان فقط ناظر بر روند اجرایی شدن کارها خواهند بود و وظایف کنترلی اصلی بر عهده ERP میباشد.۶. گسترش روند تجاری سازمان و نیاز به روز رسانی :ü راهکار : از آنجا ERP یک سیستم ساخت یافته و دارای تعامل با تکنولوژی های روز میباشد، درنتیجه هر گونه به روز رسانی در سیستم و چه از راه دور ، با صرف کمترین هزینه اتفاق می افتد. دلیل عدم موفقیت ERP ها در بعضی از سازمانها: با توجه به روند رو به گسترش جهانی شدن و افزایش رقابت در بازارهای جهانی ، شرکتها در سالهای آینده ناگزیر به پیوستن به بازارهای جهانی خواهند بود و برای انجام این کار وجود آمادگی لازم از جهات مختلف امری ضروری بنظر میرسد . اما باید توجه داشت که ERPروند کار افراد را در تمام موسسه دگرگون می‌کند. اگر کارکنان در هر یک از بخش‌ها با این امر که روش‌های جدید بهتر از روش‌های قبلی هستند موافق نباشند، در مقابل استفاده از نرم‌افزار مقاومت می‌کنند، مقاومت درونی موسسه در برابر تغییر یکی از دلایل متداول شکست پروژه‌های ERP است.در تحقیقی که توسط MaheshwariوKumar در سال۲۰۰۲ انجام شده است، موانع اصلی موجود در راه پیاده سازی این سیستمها در قالب فاکتورهایی با نظرخواهی از شرکتهای استفاده کننده از سیستمهایERP شناخته شده اند که در زیر به آنها اشاره می شود: جدول۲) نتایج تحقیق MaheshwariوKumar در سال ۲۰۰۲با توجه به تحقیق فوق ، میتوان دلایل کلی عدم موفقیت اغلب سیستم های ERP موجود را در مقوله های زیر خلاصه کرد • :عدم شناخت صحیح از اهداف سازمان •عدم آشنایی با نوع پروسه ها و نحوه اجرای آنها در سازمان •نداشتن شناخت کافی از نارسایی های موجود •عدم حمایت مدیران ارشد از طرح •عدم استفاده از افراد کار آمد در اجرای طرح •عدم بررسی وضعیت سیستم فعلی •عدم توجه به فرهنگ سازی و آموزش و آماده سازی کارکنان •عدم توجه به مهندسی مجدد فرآیندها •بی بهره بودن از مشاورین قدرتمند در زمینه ERP •تغییر مدیریت یا ساختار یا اهداف و مأموریت سازمان در حین استقرارالبته موارد مذکور تنها بخشی از عواملی می باشد که در عدم موفقیت سیستم ERP نقش ایفا می کنند. ولی در کل می توان عدم امکان سنجی مناسب و بدون نقص را یکی از اصلی ترین عوامل اغلب شکستها دانست.امنیت در سیستم های ERP از آنجایی که سیستم های ERP با کلیه منابع و اطلاعات در سطح سازمان و بعضا بیرون از سازمان در تعامل هستند، در نتیجه بحث امنیت اطلاعات و تعیین حد و مرز ها برای دسترسی به این اطلاعات از اهمیت ویژه برخوردار می باشد. از آنجایی که لایه های مختلف در سازمانها با یکدیگر متفاوت است و همچنین نوع اطلاعات و حجم اطلاعات

کاری آنها نیز با هم فرق میکند ، هنگام پیاده سازی سیستم های ERP در سازمان باید استراتژی مناسبی برای کنترل دسترسی ها به سیستم و اطلاعات در نظر گرفته شود. به طور خلاصه ارزیابی امنیت در سیستم های ERP به پیشنیازهایی تقسیم میشوند که عبارتند از • :فعالیت هـای تجاری سازمان و ریسک های مختص این فعالیتها را بشناسید •.ساختار سازمان و سلسله مراتب لایه های درون سازمان را بشناسید •.با سیستم در تعامل کامل باشید و کلیه بخش های آن دسترسی داشته باشید.به منظور ایجاد امنیت اطلاعات در سیستم های ERP، بهترین راه قرار دادن چندین سطوح امنیتی در مراحل مختلف دستیابی به اطلاعات میباشد. این سطوح امنیتی را در بحث کلی میتوان به موارد زیر دسته بندی کرد :۱. ایجاد امنیت در دسترسی به سیستم § :تعریف گروه های کاری، بر اساس پست سازمانی و یا اشخاص §تعیین اجازه های دسترسی به فرم های اطلاعاتی از نظر خواندن، درج، ویرایش و حذف اطلاعات با توجه به نوع گروه کاری۲. محدود سازی دستیابی به بانک اطلاعاتی § :بدین صورت که فقط افراد خاصی که بعضا مدیریت سیستم را بر عهده دارند مجاز به دسترسی مستقیم به بانک اطلاعاتی باشند. از این نظر نیز میتوان سطوح دسترسی برای این افراد تعریف کرد.۳. گزارش گیری و ثبت عملیات انجام شده § :تعیین فایلهایی به منظور ثبت وقایع و عملیات انجام شده توسط تمامی کاربران.۴. مدیریت بانک اطلاعاتی § :تهیه نسخه های پشتیبان به صورت دستی و اتوماتیک §تهیه نسخه پشتیبان به صورت دوره ای §نگهداری فایل های پشتیبان در خارج از محیط عملیاتی و در محیط حفاظت شده. نتیجه گیری : با توجه به مطالب یاد شده و با در نظر گرفتن نیاز های روز افزون سازمان ها و مشتریان در کلیه عرصه های تولیدی و خدماتی، میتوان نتیجه گرفت که اجرای سیستم های مدیریت منابع سازمانی، امری اجتناب ناپذیر خواهد بود و نباید مشکلات پیش رو در اجرای این سیستم ها را دلیلی بر نقض کارآمد بودن آنها دانست. همچنین با نگرشی سیستماتیک و بررسی اهداف و موجودی های سازمان ها میتوان در جهت انتخاب بهترین سیستم ERP گام برداشت. هزینه های پیش رو در اجرایی کردن یک سیستم ERP را نباید جزء مخارج غیر قابل بازگشت قلمداد کرد و با تغییر لحن در بیان این مسئله ، صرف اینگونه هزینه ها نوعی سرمایه گذاری در سازمان محسوب می شوند. البته این مهم دارای پیش شرط ارزیابی های دقیق و امکان سنجی های مکرر و بدون نقص میباشد که با به کار گیری افرادی متخصص در این زمینه، میتوان به موفقیت سیستم امیدوار بود. منابع :

۱) Fiona Fui-Hoon Nah , "Enterprise Resource Planning Solutions and Management",University of Nebraska,۲) Majed Al-Mashari, Abdullah Al-Mudimigh, Mohamed Zairi, "Enterprise resource planning: A taxonomy of critical factors", College of Computer and Information Sciences, King Saud University۳) Dimitris N. Chorafas, "Integrating ERP, CRM, Supply Chain Management,and Smart Materials", "Library of Congress Cataloging-in-Publication Data"

۴) محمود صارمی، محمد موسی خانی، مهدی عابدینی "، استخراج و ارزیابی شاخص های مرتبط با آمادگی صنعت خودروسازی جهت پیاده سازی ERP ، " نشریه دانش مدیریت ، سال ۲۰، شماره ۷۷۵) مشاورین پارس سیستم "، ارائه الکترونیکی، جلسه آموزش سیستم برنامه ریزی منابع سازمان"۶) خلاصه سمینار دکتر بهرامی " ارائه الکترونیکی"۷) فرهاد سعادتی "، ارائه الکترونیکی ، برنامه ریزی منابع سازمانی، ERP ، " شرکت بین المللی انفورماتیک پیام آوران (باسا)۸) فرزاد خندان-شرکت داده پردازان سیمیاگران "، امنیت در سیستم های برنامه ریزی منابع سازمانی ، "چهارمین همایش سالانه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات۹) محمد ظاهری "، استقرار پلکانی ERP، راهی برای کاهش هزینه هاو ریسک ، "شرکت سندپرداز منبع: گسترش انفورماتیک ایران (تحت پوشش سازمان گسترش صنایع ایران) تهیه و تنظیم: پایگاه مقالات علمی مدیریت www.SYSTEM.parsiblog.com

زبان‌های هوشمند

!محمدحسین اژدست

کاربرد زبان‌های برنامه‌نویسی در هوش مصنوعی: زبان‌های هوش مصنوعی ابزار اصلی بررسی و ساخت برنامه‌های رایانه‌ای است که می‌تواند در شبیه‌سازی فرآیندهای هوشمند مانند یادگیری، استدلال و فهم اطلاعات به کار برود. هر چند زبان رایانه برای استفاده محاسبات و بررسی ریاضی روی اعداد طراحی شده بود، اما مهندسان این حوزه دریافتند که با رشته‌ای از بیت‌ها می‌توان اشیای دلخواه را نیز نمایش دهند. عملیات روی این نمادها و سمبل‌ها می‌تواند به عنوان قوانینی در جهت ساخت یا ارتباط بین آنها به کار رود. این محاسبات منطقی به عنوان الگوریتم‌هایی که هر گونه اطلاعات را پردازش می‌کند، می‌تواند برای شبیه‌سازی هوش انسان به کار برود.در زمینه هوش مصنوعی با توجه به این که در بسیاری از زمینه‌های خاص گرایش وجود دارد، لذا روش‌های ذهنی نیز باید به وسیله تولید و آزمون (Generate and test) توسعه یابد. در برنامه‌نویسی (Artificial Intelligence AI) پیاده‌سازی در واقع جزئی از پردازش مشخصات مساله است. با توجه به مشخصات محاسبات رایانه‌ای و برنامه‌نویسی هوشمند ۲ روش جدید برنامه‌نویسی به وجود می‌آید، روش برنامه‌نویسی تابعی و روش برنامه‌نویسی منطقی که هر دو بر مبنای ریاضیات و نظریه توابع بازگشتی طرح‌ریزی شده است.اولین زبان برنامه‌نویسی AI که هنوز به طور گسترده استفاده می‌شود، زبان برنامه‌نویسی LISP است که نظریه توابع ریاضی در اواخر دهه ۱۹۵۰ توسط جان مک کارتی به وجود آمد. اوایل دهه ۱۹۷۰ یک الگوی برنامه‌نویسی جدید به نام برنامه‌نویسی منطقی بر اساس محاسبات گزاره‌ای رایج شد. اولین و مهم‌ترین زبان برنامه‌نویسی منطقی prolog است که توسط آلن کولمرائور و فیلیپ راسل توسعه یافت. مسائل در prolog به صورت حقایق و قوانین منطقی برای استدلال و استنتاج بیان می‌شود.برنامه‌نویسی تابعییک تابع ریاضی نگاشتی از یکی مجموعه (دامنه) به مجموعه دیگر (برد) است. تعریف یک تابع توصیفی این نگاشت است که یا بصراحت به وسیله شمارش یا به طور ضمنی به وسیله یک عبارت است.برنامه‌نویسی در یک زبان تابعی شامل ساختمان تعریف توابع و به کاربردن رایانه برای ارزیابی عبارات است، یعنی به کاربردن توابع با آرگومان‌های واقعی. کار اصلی رایانه، ارزیابی توابع فراخوانی شده و چاپ حاصل مقادیر تابع است. یک خاصیت برنامه‌نویسی تابعی علاوه بر انعطاف‌پذیر بودن آن، این است که اگر عبارت بخوبی مقداردهی شود، آن گاه توالی انجام ارزیابی در نتایج آن تاثیری ندارد.بنابراین، نتیجه ارزیابی یک عبارت تنها مقدار آن است و درواقع در مفهوم زبان‌های دستوری متغیر وجود ندارد و روش‌های اصلی کنترل توابع تکرار (بازگشتی) و به عبارتی شرطی است. برنامه‌نویسی تابعی خصوصیات توابع مرتبه بالا را پشتیبانی می‌کند. توابع مرتبه بالا تعریف تابعی است که اجازه می‌دهد آرگومان‌ها یا مقدار بازگشتی توابع، مقدار خروجی خود تابع باشد.LISP اولین زبان برنامه‌نویسی تابعی است که با استفاده از لیست‌های پیوندی (Linked List) به عنوان ساختار مرکزی داده‌ها ابداع شد. اولین نگارش محیط برنامه‌نویسی LISP سال ۱۹۶۰ آماده شد که شامل یک مفسر، یک کامپایلر و مکانیزم تخصیص حافظه و برگشت حافظه پویا بود. یک سال بعد اولین زبان استاندارد با نام LISPY.S معرفی شد، پس از آن تعدادی از نسخه‌ها و محیط‌های برنامه‌نویسی LISP توسعه یافتند، مانند: InterLISP، FranzLISP، MacLISP و... . هرچند در بعضی از جزئیات خاص متفاوتند، ولی هسته اصلی ساختار جملات (Syntax) و ارتباط بین آنها (Semantic) اساسا یکسان است. پراستفاده‌ترین نسخه‌های LISP، Common LISP و Schema هستند. در کنار LISP تعدادی از زبان‌های برنامه‌نویسی تابعی دیگر نیز توسعه یافتند، برای مثال ML که برگرفته از Meta Language است، یک زبان برنامه‌نویسی تابعی با دامنه ایستا (Static) است و تفاوت اصلی آن با زبان LISP در Syntax (گرامر) آن است. بیشتر شبیه زبان برنامه‌نویسی پاسکال است. Haskell نیز دارای خاصیت گرامری مشابه با ML با دامنه ایستاست و تفاوت آن زبان ML در آن است که شامل هیچ‌گونه

ویژگی دستوری نیست. لیست‌ها رایج‌ترین ساختار داده در Haskell هستند.برنامه‌نویسی منطقیدهه ۱۹۷۰ یک الگوی دیگر برای محاسبات در برنامه‌نویسی AI ارائه شد. Prolog یا همان برنامه‌نویسی منطقی (Programming Logic) اولین زبان برنامه‌نویسی بر مبنای منطق است. اساس Prolog شامل یک روش برای مشخص کردن گزاره‌های محاسبات گزاره‌ای و تصمیمات محدود است. برنامه‌نویسی در Prolog شامل مشخصات حقیقی در مورد اشیا و ارتباط بین آنها و قوانینی است که این ارتباطات را مشخص می‌کند. Prolog با برنامه‌نویسی تابعی در نحوه محاسبه نتیجه کاملا متفاوت است، زیرا نحوه محاسبه نتیجه را مشخص نمی‌کند، بلکه تنها ساختاری منطقی نتیجه را ارائه می‌دهد.با استفاده از Prolog برنامه‌نویسی می‌تواند در یک سطح خیلی خلاصه و کاملاـ نزدیک به مشخصات یک مساله انجام گیرد. Prolog هنوز هم تهیه زبان برنامه‌نویسی منطقی است.Prolog در بیشتر زمینه‌های AI مانند سیستم‌های خبره، پردازش زبان طبیعی به طور موفقیت‌آمیزی استفاده شده که امتحان خود را در زمینه‌های دیگری مانند سیستم‌های مدیریت پایگاه داده نیز پس داده است. جملات برنامه‌های Prolog شامل مجموعه‌ای از جملات به نام بند (Clause) هستند که برای نمایش داده‌ها و برنامه‌ها استفاده می‌شوند. یک واژه می‌تواند یک ثابت (نام‌های نمادین یا حروف بزرگ)، یک قیفر (نمادهایی که با حروف کوچک شروع می‌شوند مانند x) یا یک تابع باشد. فرآیند استنتاج Prolog شامل ۲ مولفه اصلی است:۱ـ روش جستجو(Search): برای جستجو میان حقایق و قوانین در پایگاه دانش به کار می‌رود.۲ـ یکسان‌کننده (Unifier): برای تطبیق الگو و باز گرداندن اتصالاـتی که یک عبارت صحیح می‌سازد، کاربرد دارد. یکسان سازی در Prolog بسیار مهم و دارای پیچیدگی‌های خاص خود است و معمولا روی ۲ واژه به کار می‌رود و سعی می‌کند با ترکیب آن دو یک واژه جدید تشکیل بدهد. Prolog از یک روش جستجوی عمقی (Depth first search) استفاده می‌کند. که این روش برای پیمایش فضای جستجو به کار می‌رود.منابع:

Programming Languages in Artificial IntelligenceGunter Neumann,German Research Center for Artificial Intelligence (LT–Lab,
ges_for_artificial_intelligencehttp://www.britannica.com/EBchecked/topic/۱۴۷۳۹۴۵/artificial-intelligence-programming-
es/aipp/http://mind.sourceforge.net/forth.htmlhttp://www.jamejamonline.ir/papertext.aspx?newsnum=۱۰۰۸۴۶۶۱۷۸۴۳

تأملی بر دولت الکترونیک و تعامل شهروندان با آن

روح الله تولّایی– امیر اعظمی– جلیل خلیلی

چکیده: در هزاره سوم یکی از مهمترین رویداد ها، پیدایش اینترنت و گسترش فراگیر آن در تمام عرصه ها بوده است، که با استقرار روزافزون آن و سایر وسایل ارتباطی زیر مجموعه IT، پدیده های جدیدی در زمینه های اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی پدید آمده است. دولت ها نیز در جهت استقرار اثربخشی و کارآمدی خود در تمامی عرصه ها، وارد حوزه های نوینی شدند که امروز دولت الکترونیک نام دارد. دولت الکترونیک مفهومی جدید در ادبیات فن آوری اطلاعات می باشد که عمر پیاده سازی آن به بیش از دو دهه نمی رسد. دولت الکترونیک مزایای مهمی برای شهروندان، مشاغل و دولت در سرتاسر جهان دارد؛ اگر چه هنوز در دورهٔ نوجوانی به سر می برد ولی قابلیت های فراوانی را دارا می باشد. این مفهوم دارای دو بعد می باشد: بعد اول، بعد فنی آن می باشد که به دانش فن آوری اطلاعات و علوم مرتبط با آن بر می– –گردد؛ و بعد دوم، بیانگر ارتباط مفهوم دولت الکترونیک با رشته مدیریت دولتی و اداره حکومت می باشد. در این مقاله برآنیم تا پس از مروری کلی بر مفهوم دولت الکترونیک و گام های

پیاده سازی آن، به مسأله مهم" نحوه تعامل شهروندان "با این چهره جدید دولت بپردازیم.کلمات کلیدی: دولت الکترونیک، شهروند الکترونیک، فرهنگ ملی، اعتماد سیاسی، پیاده سازی، مشتری. ۱- مقدمهدر اولین سال های قرن ۲۱ که اقتصاد بسیاری از کشور ها همراه با انقلاب اطلاعاتی تغییر نموده است، بروز برخی تغییرات در عملیات دولت انکار ناپذیر است. به موازات پیشرفت بخش خصوصی در کسب و کار الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی، تغییراتی نیز تحت عنوان دولت الکترونیکی - که مربوط به اداره بخش عمومی کشورهاست – به وجود آمده است. تشکیل دولت الکترونیکی، ضروری ترین اقدام دولت ها برای کاربرد فناوری اطلاعات(IT) در جامعه است. زیرا از یک سو کارکردهای(IT) در فرآیند های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نمایان می شود و از سوی دیگر شهروندان به استفاده از ابزار دیجیتالی در تعاملات اجتماعی پیرامون شان پی می برند. در واقع دولت الکترونیک استفاده فناوری های جدید ارتباطی و اطلاعاتی به ویژه اینترنت در جهت ارائه خدمت به شهروندان با کمترین هزینه و رضایت مندی بیشتر می باشد. یکی از مهم ترین چالش های آینده، بازتعریف نقش شهروندان در دولت های جدید خواهد بود. همان گونه که در دوره های گوناگون تحول دولت، مانند ملوك الطوایفی و فئودالی، دولت های مدرن و دموکراسی جدید همراه با آن، کم رنگ شدن نقش نهادهایی مانند سلطنت و کلیسا در اداره دولت در غرب، هر یک باعث تغییر وظایف شهروندان می شده اند، انتظار می رود که تحولات دولت الکترونیک نیز این گونه تغییرات را به همراه داشته باشد. هدف این مقاله آن است که با مروری بر ادبیات این بحث، به دسته بندی در ابعاد این رابطه جدید «شهروند- دولت» بپردازد. ذکر این نکته لازم می باشد که این مقاله مدعی آن نیست که تمامی ابعاد تعامل این دو رکن جامعه را احصا نموده؛ بلکه در این مقاله به برخی از مهمترین های ابعاد تعاملی این دو پرداخته شده است.۲- تعریف دولت الکترونیکدولت الکترونیک شامل استفاده از فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی برای تحویل خدمات دولتی به شهروندان و بنگاه ها می باشد. این کار مستلزم تحویل خدمات دولتی به شهروندان از طریق فرآیندهای سازمانی جدید و فن آوری های جدید می باشد. هدف دولت الکترونیک، در دسترس قرار دادن بیشتر خدمات دولتی، متمرکز ساختن بیشتر این خدمات بر مصرف کننده، مرتبط تر ساختن آنها بر شهروندان و پاسخگوتر ساختن نسبت به نیازهای آنها می باشد. همچنین به نظر می رسد دولت الکترونیک نقشی حیاتی در ارتقای بیشتر مشارکت شهروندان در رویدادهای مدنی و دموکراتیک باشد.همچنین دولت الکترونیک به منظور تسهیل، سبکی به هم پیوسته تر از دولت طراحی شده است. این امر به معنای پیوندهای ارتباطی افزایش یافته، روش های سازمانی همگون و مشارکت بین لایه های مختلف دولت، بخش های مختلف دولت، گروه های مرکزی و محلی دولت و گروه های دولت با سایر سازمان های اجرایی و قانون گذاری می باشد.در زمینه دولت الکترونیک تعاریف مختلفی وجود دارد که در ذیل به پاره ای از این تعاریف اشاره می گردد:به کارگیری و گسترش دولت الکترونیک غالباً در جهت انجام تغییرات در فرآیندهای دولتی نظیر تمرکز زدایی، بهبود کارایی و اثر بخشی است. اصولاً تعریف واحدی درباره دولت الکترونیک وجود ندارد و این مسأله ناشی از ماهیت پویا و متغیر فناوری است. امروزه به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور بهبود کارایی و اثر بخشی، شفافیت اطلاعات و مقایسه پذیری مبادلات اطلاعاتی و پولی در درون دولت، بین دولت و سازمان های تابعه آن، بین دولت و شهروندان و بین دولت و بخش خصوصی"، دولت الکترونیک "اطلاق می شود[۲]. دولت الکترونیک، شیوه ای برای دولت ها است که در آن با استفاده از فناوری های جدید، به افراد، تسهیلات لازم برای دسترسی مناسب به اطلاعات و خدمات دولتی، اصلاح کیفیت آنها و ارائه فرصت های گسترده برای مشارکت در فرآیندها و نمادهای مردم سالار را می دهد[۱]. شبکه اداره عمومی سازمان ملل نیز دولت الکترونیک را این گونه تعریف می کند": استفاده کردن از اینترنت و شبکه گسترده جهانی برای انتقال اطلاعات و خدمات دولت به شهروندان [۱۰].در نهایت می توان دولت الکترونیک را این گونه تعریف کرد": استفاده بخش های دولتی از تکنولوژی اطلاعات، به ویژه اینترنت، به منظور ارائه اطلاعات و خدمات به شهروندان، بخش های اقتصادی کارمندان و دیگر قسمت های دولت. "در واقع دولت الکترونیک پیش نیاز تحقق

"تجارت الکترونیک است از سوی دیگر تحقق دولت‌الکترونیک در کشور، نیازمند مشارکت شهروندان الکترونیکی است که نقش موثرتری در رسیدن به اهداف مورد نظر ایفا می‌کنند[۳].۳- ابعاد دولت الکترونیک ۱- ۳- دولت ـ شهروند (G۲C)این نوع خدمت بر روی" توانایی دولت و شهروند برای برقرار کردن ارتباط اطلاعاتی از راه الکترونیکی و کارا "تمرکز دارد. در این رابطه شهروند، سود بیشتری از ارتباطات دولت می‌برد که از ساده‌ترین مثال های آن می‌توان به انتقال الکترونیکی فرم‌های پستی اشاره کرد. از دیگر مزایای آن می توان به توسعه سواد اطلاعاتی ، امنیت‌زندان و رأی دادن الکترونیکی اشاره کرد. ۲- ۳- دولت با بازار (G۲B)این نوع، تمرکز بر روی" توانایی کاهش هزینه‌ها و جمع آوری بهتر اطلاعات دارد. این بعد به دولت اجازه می‌دهد که کالاهایی را بخرد، صورت حسابش را پرداخت کند و با روشی اثربخش‌تر از لحاظ هزینه با بازار تجاری ارتباط بگیرد. همچنین دولت را یاری می‌کند تا داده‌ها را برای تجزیه و تحلیل جهت کمک در تصمیم‌گیری‌ها به دست آورد. از اهداف این بخش از دولت الکترونیک موارد زیر قابل ذکراست • توانایی تنظیم مستمر و پویا برای نمایندگی‌ها و توانمندی‌های الکترونیکی فزاینده مالیاتی برای بخش تجاری • تثبیت و تقویت اطلاعات تجاری برای داده‌های صادرات / واردات و به وجود آوردن پذیرش‌تجاری برای" مرکز اطلاعات . ۳-۳- دولت با دولت (G۲G)این بخش تلاش دارد که کارایی تحویل خدماتی را زمانی که تبادل اطلاعات در خلال خود دولت یا با دیگر دولت هاست بالا ببرد. این بخش به دولت امکان می‌دهد که به نحوی اثربخش با حذف موانع و دوباره کاری‌ها، ارتباط برقرار کند. همچنین این نحوه رابطه می‌تواند بازرسی جرائم و امنیت‌کشوری را ممکن‌سازد. از مثال های آن می‌توان به همکاری میان دولتی توسعه سیستم های پاسخ اضطراری و ارتباط‌گیری نمایندگی‌های اجرایی قانون، اشاره کرد. ۴-۳- درون دولتی (IEE)این بعد از مربع دولت الکترونیک، بر روی سیستم های تحویل خدمات و اطلاعات که در میان سیستم دولت الکترونیک قرار دارند، متمرکز است این بخش به دنبال این هدف است که صرفه‌جویی‌های واقعی را به وسیله فراهم کردن زمینه‌ای برای مدیریت بهتر مسائل و موضوعات زنجیره پشتیبانی به همان خوبی گردآوری اطلاعات صورت دهد. این بخش به دولت امکان می دهد که به نحوی اثربخش زنجیره پشتیبانی خود را مدیریت نماید تا بدین وسیله حداقل انبارها و حداقل قیمت را به دست آورد[۱۰]. ۴- مزایای دولت الکترونیک در ذیل فهرستی از مهم ترین مزایای دولت الکترونیک به اختصار بیان گشته اند •:افزایش سطوح خدمات مشتری و کاهش هزینه‌ها •؛توزیع اطلاعات • ایجاد این تلقی از شهروندان که آنها مشتریانی هستند که رضایت شان مهم است • با جمع آوری اطلاعات به تصمیم گیران کمک می شود تا اثربخش‌تر به شهروندان خدمت‌رسانی کنند • کمک به تمرکز گرایی در برخی فعالیت‌ها •؛مدیریت دولتی کاراتر •؛تسهیلات و سرعت بیشتر •؛ کاهش فساد اداری و شفافیت بیشتر امور •؛ گسترش فرهنگ خود خدمات رسانی •؛انجام فعالیت های مالی و اعتباری •؛ شرکت درانتخابات •؛پر کردن فرم های الکترونیکی برای مقاصد مختلف •؛تعامل با نهادهای مختلف دولتی و تجاری و اجتماعی ... •؛شهروندان اطلاعاتی با شهروندان تعاملی‌در پایان این دو سطح T شهروندان الکترونیکی را در دولت الکترونیکی بر اساس مطالعه ردیک با یکدیگر مقایسه می‌نماییم شاخصه‌های شهروندان تعاملی حضور در عرصه‌های آمارگیری اجتماعی دموکراسی‌الکترونیکی و تعامل شهروندان الکترونیکی با دولت الکترونیکی می‌باشد. اگر شهروند الکترونیکی کارمند دولت باشد، احتمال بیشتری دارد که در پی جستجوی‌اطلاعات آن لاین در وب سایت دولت باشد. شهروندان در بین سنین ۵۵ تا ۶۴ احتمال کمتری دارد که در جستجوی اطلاعاتی مشارکت کنند. اگر شهروند الکترونیکی به حکومت‌های ایالتی اعتماد داشته باشد، احتمال بیشتری‌دارد که درگیر جستجوهای اطلاعاتی دولت الکترونیک بشود. در مورد شهروندان الکترونیکی تعاملی باید گفت که بیشتر سفیدپوست بوده و از درآمدی بیش از ۷۵۰۰۰ دلار برخوردارند. در مورد شهروندان الکترونیکی تعاملی، آنها با احتمال بیشتری به حکومت‌های ایالتی اطمینان می‌کنند. در مورد شهروندان الکترونیکی تعاملی، بیشتر در پی اعمال نظر در تغییر سیاست‌های دولتی هستند. در مقایسه شهروندان تعاملی سطح درآمد بالاتری از شهروندان اطلاعاتی دارند و همچنین بیشتر سفید پوست اند. شهروندان

معتقدند تعامل الکترونیکی با دولت به خاطر وجود اینترنت رو به افزایش‌است[۶]. ۲-۱۱- طبقه بندی اشنفلدر و کلارکطبقه بندی دیگری را اشنفلدر و کلارک [۷] انجام داده اند و شهروندان را بر اساس میزان تعامل شان با وب سایت¬های دولتی و عمق این تعامل دسته بندی نمودند:تئوری‌های دموکراسی تعیین می‌کنند که چه نوع اطلاعاتی باید دولت (حکومت به مردم‌بدهد. تئوری‌های مختلف نظرات گوناگونی دارند، لذا ما از مدل GIV خودمان بهره می‌گیریم که بر اساس آن ۴ دسته شهروند خواهیم داشت •: شهروند- ناشر •شهروند مشاور •شهروند زیرک •شهروند شخصیجدول شماره ۲: مدل GIVاطلاعات کاملتر درباره ۴ دسته شهروند در جدول شماره ۲ بیان گشته است.تصمیم گیرندگان شهروند(شهروند- ناشر)چرخه اطلاعات ورایشهروندان و دولت به سایرسازمان های اجتماعی شهری برسد و همه به بحث بنشینند خبرگان دولت + نظرات شهروندان (شهروند مشاور)اطلاعات تا اندازه ایکه شهروندان جزئی ازتصمیم گیری به شمار آیندخبرگان دولت (شهروند زیرک)اطلاعات لازم برای توانمندسازی شهروندان در ارزیابیسیاست های دولت و گرفتن نظرات شهروندان خبرگان دولت(شهروند شخصی)حداقل اطلاعات ضروریاطلاعات لازم برای تصمیم گیری فردی شهروندان با مثال: هشدارهای در مورد مراقبت های سلامتینقش وب سایت‌ها در اینجا قضاوت درباره تصمیمات سیاسی نیست بلکه تنها تسهیل‌کننده کسب گسترده‌تری پیرامون مسائل سیاسی خواهند بود. تلقی ابتدایی از اطلاعات وب سایت‌های دولتی آن است که اطلاعات متنی گام اولیه درتوسعه دولت الکترونیک است این ماهیت خطی از توسعه باعث شده تا ارزش اطلاعات متنی انکار شود و در حد یک جزوه کوچک پایین آورده شود. در تلقی دیگری برای‌سنجش اطلاعات فنی وب سایت‌ها از " بود/ نبود "استفاده می شود و صرفاً به این مطلب اکتفا می‌شود که آیا فرضاً اطلاعات پیرامون گزارش قوانین تحقیقات و. . . در سایت موجود هست یا موجود نیست البته هر دو تلقی فوق این اشکال را دارند که تمامی انواع اطلاعات متنی را با همه تفاوت‌هایشان در یک طبقه جای می‌دهند و گوناگونی آنها را لحاظ نمی‌کنند. علاوه بر آنکه در نگاه" نبودی بودی "به اطلاعات متنی از ویژگی‌های محتوایی آنها غافل می‌شویم برای آنکه یک وب سایت دولتی بتواند امکانات لازم را برای کمک به ارزیابی کردن شهروندان از سیاست‌های خودشان (شهروند زیرک مهیا نماید، دو سطح کار را می‌توان تصور نمود:۱) دولت اطلاعات مورد کارهای مدیریتی انجام شده برای حل یک مسأله را به طور کامل در اختیار شهروندان قرار دهد و همچنین معیارهای عملکرد را ارائه دهد تا شهروندان بتوانند از اداره کنندگان نسبت به عملکردشان بازخواست کنند. ۲) دولت تمامی اطلاعات لازم برای قضاوت در مورد تصمیمات سیاسی خود، شامل شواهد و مفروضات استفاده شده در تصمیم‌گیری را فراهم سازد. برای کمک به ایجاد شهروندی مشاور در امور اداری وب سایت حکومتی باید امکاناتی را ابتدا فراهم آورد تا نظرات شهروندان اخذ شود. این کار می‌تواند از طریق نظر خواهی پنل‌های گفت و گو و. . . صورت پذیرد. به طور دقیق وب سایت چنین کارهایی را می‌تواند انجام دهد. ۱) دولت اطلاعات راجع به ماهیت مساله راه حل های معمول و ابزارهای ارزیابی برای‌استفاده در امر تصمیم‌گیری‌ها (همانند مدل های پیش بینی تجزیه و تحلیل های هزینه فایده . .) را در اختیار شهروندان قرار دهد تا شهروندان علاقمند بتوانند به تصمیم‌گیران کمک بنمایند. ۲) دولت خلاصه سازی کند یا مراجعی را برای داده‌های کاسته شده در تصمیم‌گیری ذکرکند و دلایل کاهش اطلاعات را بیان نماید. ۳) دولت به طور خلاصه انتخاب های دیگر سیاسی یا ادراکات مساله را شرح دهد و توضیح دهد که چرا آنها را نپذیرفته است تا شهروندان از مبنای بحث آگاه شوند. برای پرورش شهروندان ناشر، وب سایت دولتی باید لینک‌ها و ارتباطات خود را با سایرنهادها و سازمان های اجتماعی شهری تقویت نماید[۷]. ۳-۱۱-شهروند به مثابه مشتری‌آخرین نحوه تعاملی که در این مقاله به آن خواهیم پرداخت، نگاه به شهروندان به مثابه مشتری است که ریشه در پارادایم مدیریت دولتی نوین دارد".انتخاب کلمه‌ای زیر بنایی برای حکومت هاست یعنی شهروندان باید توانمند شوند تا بتوانند در امور عمومی مربوط به خودشان مانند بیمارستان مدرسه و ... حق انتخاب داشته باشند. به تعبیر کینگ، در آینده شهروندان به عنوان مصرف کنندگان قدرتمندی دیده می¬شوند که بهترین را بر می گزینند. تبدیل مصرف کنندگان به مشتریان راه‌حل رهایی از

مساله ناکارآمدی بروکراسی است با وام گرفتن از ادبیات مدیریت دولتی نوین که دولت را به مثابه بخش خصوصی بزرگی می‌بیند، ارباب رجوع بخش عمومی تبدیل به مشتری می‌شود. یکی از راه‌های هدایت این جریان" تجاری سازی بخش عمومی ، فرآیند" مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) است که به شکل فزآینده‌ای در بخش خصوصی به کار گرفته می شود. به تازگی نیز در انگلستان CRM، ابزاری برای توانمندسازی دولت الکترونیک دانسته شده است از دیدگاه کینگ همان گونه که نظریه بروکراسی وبر، فصلی از درب اداره امور دولتی در نیمه اول قرن بیستم گشود، دولت الکترونیک نیز همین کار را برای نیمه دوم این قرن انجام داده است. یک مثال؛ ابعاد موفقیت‌آمیز دولت الکترونیک محلی در انگلستان •خدمات مشتری خدمات مشتری محور با حداکثر هزینه برای اثربخشی • شمول اجتماعی اجتناب از مساله" مهم دیجیتالی • دموکراسی و پاسخگویی تشویق مشارکت فعالی دموکراتیک و باز. CRM برای تمثیل مشکلات توسعه دولت الکترونیک چه می‌توانند بکند؟در پی انجام تحقیق کینگ در انگلستان، مشکلات چهارگانه دولت‌های محلی در توسعه دولت الکترونیک که شامل موارد ذیل می باشد، شناسایی گردید ۱) توانمندی مدیریت تغییر، ۲) سرمایه گذاری ۳)سر کانالی به وسیله شهروندان۴) هماهنگی فعالیت‌های دولتی اگرچه تحقیق کینگ در انگلستان انجام شده و ناظر به مشکلات چهارگانه دولت‌های محلی در توسعه دولت الکترونیک است اما می‌تواند به طور عمومی‌تری مورد استفاده قرار گیرد. همچنین CRM به عنوان رویکردی توسعه یافته، که بتوان بر پایه آن ارتباطات مثبت با مشتریان را حفظ کرد، وفاداری آنها را افزایش و ارزش زمان زندگی‌شان را گسترش داد، دیده می شود. فهم نیازهای مشتریان و پیشنهاد دادن خدمات دارای ارزش افزوده به عنوان عواملی‌که موفقیت یا شکست شرکت را رقم می‌زنند، شناخته شده‌اند. CRM دقیقاً در پاسخ به چنین نیازهایی ایجاد شده است پیاده سازی CRM در بخش عمومی نیز از چهارچوب استراتژیک CRM تبعیت می‌کند[۵]جدول شماره ۳چرخه های کاری پیچیدهشخصی سازییکی کردن نگاه مشتریفرآیندهای ساده توانمند سازی الکترونیکیدسترسی به کانالهای چند گانه و مدیریت تماس ۱۲- نتیجه گیریدر این مقاله، هدف دسته بندی و مرور بر ادبیات موجود درباره موضوع جدید" رابطه شهروندان با دولت الکترونیک "بود. بر پایه نتایج تحقیقات انجام شده، باید گفت که پیاده سازی دولت الکترونیکی نه تنها یک کار فنی صرف نیست، بلکه از جنبه های گوناگونی همانند میزان پذیرش شهروندی، مطابقت فرهنگی و حتی کارکردهای بومی مورد انتظار متفاوت خواهد بود. در مرحله پس از پیاده سازی نیز نگاه دولت و شهروندان مختلف است؛ گاه به شکل مشتری به شهروند نگاه می شود، گاه یک مشاور و گاه یک ناظر. گام بعدی بومی سازی این فرآیندها با توجه به تجربیات دیگر کشورها برای کشور خودمان می باشد. منابع:[۱] رضایی، حمیدرضا، داوری، علی" دولت الکترونیک،" ماهنامه تدبیر، شماره ۱۴۶، تیر۱۳۸۳.[۲] صفری، حسین و همکاران"، مدل بلوغ دولت الکترونیک وزارت بازرگانی ایران، "فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۶۳، زمستان ۱۳۸۲.[۳] کرباسی، امیر"، شهروند الکترونیک، نیاز هزاره سوم؛ چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیکی، "آذر ۱۳۸۶

[۴] Akman, Ibrahim, Ysici, Ali, Arifoglu, Ali, E- Government: A global view and an empirical evaluation of some attribute of citizens, Government Information Quarterly, ۲۲, ۲۰۰۵ [۵] F. King, Stephen, Citizens as customers: Exploring the future of CRM in UK local government, Government Information Quarterly, ۲۴, ۲۰۰۷[۶] G. Reddick, Christopher, Citizens interaction with e-government: From the streets to servers?, Government Information Quarterly, ۲۲, ۲۰۰۵[۷] R. Eschenfelder, Kristin, A., Miller, Clark, Examining the role of Web site information in fascinating different citizen-government relationship: A case of state Chronic Wasting Disease Web sites, Government Information Quarterly, ۲۴, ۲۰۰۷[۸]

Parent, Michael, A., Vandebeek, Christine, C., Gemino Andrew, Building citizen trust through e- Government, Government Information Quarterly, ۲۲, ۲۰۰۵[۹] Evans, Donna, C., Yen, David, E- government: An analysis for implementation: Framework for understanding cultural and social impact, Government Information Quarterly, ۲۲, ۲۰۰۵[۱۰] Evans, Donna, Yen, C., David, E-Government: Evolving relationship of citizens and government, domestic and international development, Government Information Quarterly, ۲۳, ۲۰۰۶

داده های مکانی

معرفی SDI اطلاعـات مکـانی یکی از مهمـترین و حساس‌ترین عوامل تصـمیم‌گیری و بـه خصـوص تصـمیم‌گیریهای اجتمـاعی، اقتصـادی و سیاسـی در زنـدگی امروزه می‌باشـد. به همین دلیـل بسیاری ازنیازهـا، اهـداف و فعالیتهای سازمان‌هـای مختلف زمانی امکان‌پـذیر است که دسترسـی به داده‌هـای مکـانی منـاسب و یکپارچه میسر باشـد. این موضوع به خصوص برای برنامه‌ریز ی های کلاـن بسـیارحائز اهمیت است.ایـن موضـوع، بـاعث توسـعه زیرساختارهـای اطلاعـات مکـانی (SDI- Spatial Data Infrastructure)، به عنوان یـک بستر توانمنـدسازی (Enabling Platform) در جوامع بـا اطلاعات مکانی ، در سـطوح مختلف شـده است. به S DI به عنوان مکـانیزم پایـدار برای اتصـال اطلاعـات مکانی کاربران و تولیدکننـدگان داده ها به یکـدیگر نگریسته می‌شود. کـاربران اطلاعـات مکـانی، به طور پیوسـته برای نیازهـای خود احتیـاج به دستیـابی و دسترسـی سـریع به اطلاعات مکانی دارند ، لذا، SDI می‌تواند کمک شایانی به ساده‌سازی تبادل داده‌ها و منابع بین سازمان‌های مختلف بکند. با توجه به وجود سطح وسیع داده‌هـای مکانی، ابزارها و تولیـدات مرتبط با آنها، توسـعه SDI ، به عنوان یـک بستر توانمنـدسازی ، این امکـان را به کاربران مختلف می دهد تا با یکدیگر همکاری وسـیعتری داشته باشند و به نیاز بازار پویا ی کنونی پاسخ بهتری ارائه نمایندامروزه اهمیت راه‌اندازی زیر ساختارهای اطلاعات مکانی (SDI) جهت تسهیل در جمع‌آوری ، نگهداری و تبادل اطلاعات مکان مرجع و داده‌هـای مرتبـط بیش از پیش مـورد تـوجه واقع شـده است. اسـتفاده از SDI به منظـور جلوگیری از دوبـاره کاریهـا و بالاـ بردن قابلیتهـای نهفته در اطلاعات مکانی و افزایش بهره‌وری از سرمایه‌گذاری‌های انجام شـده در جهت دستیابی به اهداف توسـعه پایدار در جامعه،لازم و ضـروری است.کاربردها:استفاده از SDI ، باعث تسـهیل در روند تصمیم‌گیری در کاربردهـا و فعالیتهای متنوعی می‌گردد. زمینه‌های کاربردی SDI شامل :مـدیریت بحران،آمایش سـرزمین،مدیریت منابع،مدیریت زمین و کاداستر،مدیریت منابع آبی و دریـایی،محیـط زیست،دفـاع و امنیـت،مهـاجرت ،آمـار و برنـامه ریزی،بهـداشت و درمـان،برنـامه‌ریزی اجتمـاعی،حمل ونقـل،کشـاورزی،معـادنو موارد دیگر می‌باشد. چرا SDI ؟تسـهیل در تبـادل، ادغـام و بـه کـارگیری اطلاعـات مکانیـافزایش منـافع اقتصـادی، اجتمـاعی و محیـط زیستی حاصـل از سـرمایه گـذاریهای انجـام شـده بروی داده‌هـای مکـانی موجود توسـط سازمانهای مختلفتسـهیل در توسعه بـازار اطلاعـات و صـنعتارایه خـدمات نوین و بهینه به کـاربران بـا اسـتفاده از فنـاوری اطلاعاتـافزایش امنیت اجتماعی با به کارگیری اطلاعات مکانی در مدیریت بحرانایجاد فرصـت‌های جدید شـغلیارایه خدمات بهینه به کاربران با بهره‌گیری از اطلاعـات مکـانی و بهره‌گیری بیشـتر از بسترهای توانمندسازیعوامل توسـعه SDIمراحل توسـعه و ایجاد SDI برای هر کشـوری وابسته به تاریخچه تولید اطلاعات مکانی، سـطح و نوع اطلاعات مکانی موجود، متولیان آن و نیازهای توسعه‌ای کشور است. اما به طور کلی، جنبه‌های مختلفی اعم از اجتماعی، قانونی، سازمانی و فنی در توسعه SDI باید مورد نظر قرار گیرند.سطوح SDIمحیط SDI دارای خاصیت سلسله مراتبی (Hierarchy) بوده به این مفهوم که ارتباط بین سـطوح یک جامعه (محلی، شهری و استانی)

مختلف آن جهت تبادل اطلاعات و سرویسها در محیطهای مختلف ، فراهم میشود(شکل ۲). موفقیت در ساخت و بکارگیری یک GIS و همچنین دقت خروجی تحلیل های آن مبتنی بر تامین داده های مناسب و دقت اطلاعات ورودی در آن GIS می باشد. لذا ساخت و بکارگیری یک GIS بر روی بستر SDI از ضریب اطمینان موفقیت بالاتری برخوردار می باشد. علاوه بر این خاصیت سلسله مراتبی SDI امکان استفاده از اطلاعات مکانی موجود در آن و تبادل آنها بین سطوح مختلف استان و GIS های آن را فراهم میکند . GIS با بهره گیری و استفاده از پایگاه های موجود و تعریف شده در بستر SDI (نقشه های توپوگرافی و لایه های اطلاعاتی شامل، آب، برق، گاز، عکسهای هوایی و اطلاعات دیگر) همراه با داده های توصیفی مربوط عوارض، امکان ایجاد یکپارچه پایگاه اطلاعات مکانی و توصیفی را فراهم می کند .از آنجاییکه مدیریت و برنامه ریزی بهینه در استان یزد نیز همانند هر جامعه رو به توسعه نیارمند موجودیت و دسترسی به حجم عظیمی از اطلاعات مکانی می باشد، لذا GIS برروی بستر SDI میتواند نقش ویژه ای را در جهت ارتقا کیفیت این مدیریت در سطوح مختلف استان ایفا کند.اجزای SDISDI یک شبکه ارتباطی بین پایگاه‌های اطلاعات، سرویس‌ها و خدمات، کاربردها و تکنولوژی و سیاستگذاری است که می‌تواند کیفیت زندگی را به طور کلی بالا ببرد و این امر از طریق دسترسی به پایگاه‌های اطلاعاتی دقیق و بهنگام میسر می‌شود . داده‌ها و اطلاعات در SDI ، شامل داده‌ها و اطلاعات پایه، داده‌ها و اطلاعات ادغام شده و سرویس‌های مرتبط با آنها می‌باشند. اجزای این زیرساختارها شامل داده‌ها و اطلاعات پایه ، نیروهای انسانی(تولیدکننده‌ها و استفاده کننده‌ها)، قوانین و سیاستهای دسترسی به اطلاعات، استانداردهای فنی و روشهای مختلف دسترسی بوده که هر یک از اجزاء، بسته به شرایط و امکانات موجود یک جامعه، طراحی و ساخته می‌شوندمعرفی پروژه استان یزددسترسی و استفاده از اطلاعات بهنگام و صحیح یکی از عوامل مهم و حساس در امر تصمیم گیری ، مدیریت و برنامه ریزی بهینه در دنیا امروز و در سطوح مختلف یک جامعه (شهر،استان، کشور) می‌باشد. در این راستا همکاری و تبادل اطلاعات بین ارگانها و سازمانهای مرتبط با امر مدیریت و برنامه ریزی در جامعه از ارکان اصلی این نوع مدیریت می‌باشد. از طرفی انجام برنامه ریزی جامع و بهینه در یک جامعه در جهت نیل به توسعه پایدار، ایجاد و دسترسی پایگاههای اطلاعاتی مورد نیاز امری است که از عهده یک سازمان به تنهایی خارج است ،لذا همکاری در سطحی بالا بین ارگانها و سازمانهای ذیربط از مشخصات دیگر یک جامعه توسعه یافته میباشد.در این راستا امروزه با پیشرفتهای اخیر در امر ارتباطات و اطلاعات و همچنین تکنولوژیهای مرتبط با این علوم و پیشرفتهای انجام گرفته درامر فن آوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) ، امکان استفاده بهینه از اطلاعات مکانی و تبادل آنها بین ارگانهای مختلف را تسهیل نموده واین تکنولوژییها عملاً-فراهم کننده محیط لازم درامر جمع‌آوری، بهینه‌سازی، استفاده و تبادل اطلاعات می‌باشند. این محیط ها به زیر ساختارهای اطلاعات مکانی و یا SDI معروف بوده و اهمیت راه‌اندازی آنها بیش از پیش مورد توجه واقع شده است.استفاده از SDI به منظور جلوگیری از دوباره کاریها و بالا- بردن قابلیتهای نهفته در اطلاعات مکانی و افزایش بهره‌وری از سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در جهت دستیابی به اهداف توسعه پایدار در جامعه،لازم و ضرروری است. SDI به عنوان مکانیزم پایدار برای اتصال اطلاعات مکانی کاربران و تولیدکنندگان داده ها به یکدیگر نگریسته می‌شود. کاربران اطلاعات مکانی، به طور پیوسته برای نیازهای خود احتیاج به دستیابی و دسترسی سریع به اطلاعات مکانی دارند، لذا، SDI می‌تواند بعنوان بستر توانمندسازی کمک شایانی به ساده‌سازی تبادل داده‌ها و منابع بین سازمان‌های مختلف بکند. این کمک باعث تمرکز تولیدکنندگان جهت کارایی بیشتر، کاهش هزینه‌ها و تشویق سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی در صنعت اطلاعات مکانی برای تولید محصولات بیشترو همچنین استفاده از این محصولات در روند تصمیم گیریها باشد. از طرفی SDI بعنوان یک سیستم تبادل اطلاعات و سیستم های اطلاعات جغرافیایی(GIS) بعنوان یک ابراز تحلیل گر، تواما ادغام و تحلیل های داده های مکانی را قادر میسازند.لذا با توجه به موارد فوق و به منظوره زمینه‌سازی بکارگیری این توانمندیها و ایجاد بستری برای تسهیل همکاری و تبادل اطلاعات بین ارگانهای مختلف در استان یزد، پروژه حاضر تعریف گشته است. این پروژه زیر نظر سازمان

مـدیریت و برنـامه ریزی اسـتان بعنوان کارفرما و مشارکت شـرکت انفورماتیک و مطالعات توسـعه بعنوان مشاور با پشتیبانی علمی و فنی اعضـای مرکز تحقیقات زیر ساختـار هـای اطلاعـات مکـانی و مـدیریت زمین دانشـگاه ملبـورن در حـال اجرا میباشـد .اهـداف پروژهطراحی و تـدوین مقـدمات راه اندازی زیرساختارهای اطلاعات مکانی (SDI) اسـتان یزد و مطالعـات طراحی ، ساخت و راه اندازی GIS اسـتان بر بستر آن در جهت تحقق اهـداف زیر تعریف و اجراء می گردد :ایجـاد مقـدمات راه انـدازی زیرساختارهـای داده‌های مکانی اسـتان (Provincial/State SDI) جهت بهینه‌سـازی مـدیریت و برنـامه ریزی در سـطوح مختلف اسـتانطراحی SDI برای اسـتانتدوین پیش نویس و راهکارهـای راه انـدازی بستر SDIتعریف اجزا و تشـکیلات مرتبـط با SDI استانپیش نویس قـوانین و مقررات SDI اسـتانهمکاری در ظرفیت سـازی و اشـاعه فرهنـگ اسـتفاده و بکارگیری SDI در مـدیریت و برنـامه ریزی شهری واسـتانیطراحی و تدوین GIS استان بر بستر SDIپیاده‌سازی یک GIS نمونه بـا بهره گیری از بسـتر SDI و دیدگاه شـهر مجازی.به منظور رسـیدن به اهـداف فوق، راهبرد مورد نظر برای اجرای پروژه با انطباق و با بهره گیری از پیشـرفتهای صورت گرفته شـده در سـطح بین المللی در زمینه هـای مرتبـط تعیین گردیـده است. بـا توجه به مـاهیت چنـد منظوره و میـان رشته‌ای (multi-disciplinary) این پروژه، در راهـبرد مـذکور از علـوم مختلف شامـل علوم فنی (نقشه برداری، ژئوماتیـک، فنـاوری اطلاعـات و ارتباطات- ICT)، فنی-اجتمـاعی، فنی-اقتصـادی و رفتارهـای سازمـانی اسـتفاده خواهـد شـد.به منظـوره بهره گیری از پیشـرفتهای تکنولوژی های مرتبط با فازهای پروژه، روشـها و ابزارها فنی مورد استفاده در جریان اجرای پروژه، بر مبنای متدولوژیهای به روز در طراحی و پیاده‌سازی SDI و GIS انجام می‌گیرد و با توجه به مقتضیـات پروژه ویژهسازی می‌گردد. در این راسـتا موارد زیر نیز به خصوص در اجرا مورد استفاده وبهره‌گیری قرار خواهند گرفت:تکنولوژیهای اطلاعات مکانی و شـبکه های ارتباطی بخصوص برای توسـعه خـدمات و سرویسـهای اطلاعـات مکانیهمـاهنگی هـا و قـابلیت ادغـام (Interoperability and Integratability)استانداردها و دسـتورالعمل هـای فنیتوزیـع محاسـبات (Distributed Geoprocessing and Grid Computing)اثرات و دیـدگاههای نسـل جدیـد SDI هـا و اجزای آنهامتادتـا و پایگاههـای اطلاعـات توزیـع شـده با دیـدگاههایهمخوانی بین داده ها و پایگاههای اطلاعاتی (Data Harmonization)طراحی مدلهای مفهومی و الگوهای مربوطه (Conceptual Modeling & Schema Mapping)هستی شناسـی (Ontology)مفهومی (Semantics)سیاستها و قوانین مختلف بر داده ها و اطلاعات شامل اثرات آنها برای جمع آوری، مسـتند سازی، حفظ و نگهداری، دسترسی و استخراج داده هاکاربردهـا و اثرات SDI در سـطوح مختلـف (محلی، اسـتانی و ملی) و شـرایط مختلفمحرکهـای سـاخت و توسـعه SDI در یک جامعهتحلیـل تجارب مشابهتحلیل اثرات اقتصادی و اجتماعی از SDI و راهبردهـای مرتبط (دولت الکترنیک) در سازمانها و ارتباط بین سازمانهاتحلیل سود و هزینه و مـدلهای اقتصادی برای توسـعه SDIفازهـای پروژهبه منظوره اجرای مراحـل فوق این پروژه بطور کل در قالب چهار فاز شامل سه فاز اصـلی ویک فاز اولیه (فاز صـفر- جهت برنامه‌ریزی و راه‌انـدازی پروژه) انجام خواهـد گرفت و این فازها اصـلی ارتباط مسـتقیم با یکـدیگر دارند و نتیجه آن باعث ایجاد پایگاههای اطلاعات مکانی اسـتان بعنوان سـرمایه اسـتانی خواهد شد.ارتباط فازهای پروژهفاز ۱به منظور مشارکت در ایجاد و راه اندازی زیر ساختارهای اطلاعات مکانی (SDI) استان یزد، این پروژه در فـاز اول کاری خود فعالیتهای زیر را انجام خواهـد داد:تشـکیل کمیته برنامه ریزی SDI استانبررسی وضعیت استان از نظر امکانـات و سیاسـتهای آتی فنـاوری اطلاعاتبررسـی اثرات اسـتفاده از فن آوریهای اطلاعات مکانی در سازمانهای دولتی و نقش آن در ساختارهـای سازمانیبررسـی تجارب مشـابه در زمینه سـاخت SDI و بکـارگیری بهینه از تکنولوژیهـای فنـاوری اطلاعـات - ICTطراح ی اولیه SDI اسـتانتدوین پیش نویس و راهکارهای راه اندازی بستر SDI اسـتانتعریف اجزا و تشکیلات مرتبط با SDI اسـتانتحلیل اسـتانی و تعیین جایگـاه اسـتانی SDI اسـتانپیش نـویس قـوانین و مقررات SDIپیش نـویس دسـتورالعملهای مرتبـط با SDIهمکـاری در اشـاعه فرهنگ اسـتفاده از SDIفاز۲در ایـن فـاز بـا بهره گیری از مقـدمات راه انـدازی و سـاخت SDI اسـتان و

همچنین با استفاده از اطلاعات عمومی و پایه استان یزد نحوه طراحی و ساخت GIS استان یزد صورت میگیرد . در این راستا در فاز دوم پروژه فعالیتهای زیر را انجام خواهد گرفت :شناخت و نیازسنجی (تحلیل نیازمندیها و تعیین اقلام اطلاعاتی) جهت طراحی GISطراحی مدل مفهومی برای GIS استانتهیه استانداردهاتدوین دستورالعملها جهت پیاده سازی استانداردهاتدوین مشخصات فنی و انتخاب سیستمانتخاب محیطشرح خدمات پیاده‌سازی GISتهیه قرارداد تیپ و اسناد مناقصه‌هفاز ۳هدف اصلی این نمونه عملی نمایش نحوه بکارگیری و پیاده سازی طرح GIS استان ، استانداردها و دستورالعملها آن میباشد. همچنین ارایه قابلیت های عمومی سیستم در کاربردهای شهری از پیش تعیین شده از دیگر اهداف می باشد . اجرای این مدل اولیه GIS با بهره گیری از دیدگاه شهر مجازی بعنوان پروژه نمونه بر روی داده های موجود بر مبنای بستر SDI استان خواهد بود.فراورده های پروژه۱- پیش نویس طرح راه اندازی SDI در سطح استان شامل دیدگاه ها، اهداف طرح SDI استانی، پیش نویس قوانین و مقررات اجرایی و برنامه ریزی برای ظرفیت سازی و اشاعه فرهنگ SDI در استان۲- گزارش شناخت وضعیت موجود و نیازمندیهای عمومی کاربران استان از نقطه نظر GIS۳- گزارش مدل مفهومی و استانداردهای GIS استان۴- ارایه دستورالعمل‌های اجرایی شامل:تولید و جمع آوری اطلاعاتویرایش و آماده سازی اطلاعات برای ورود به GISبهنگام‌سازی اطلاعاتکنترل کیفیتکارتوگرافی۵- گزارش انتخاب محیط۶- گزارش شرح خدمات پیاده سازی۷- معرفی پروژه‌های نمونه قابل اجرا در بخش GIS۸- گزارش نحوه تدوین اسناد مناقصه۹- گزارش ساختار پروژه نمونه و قابلیت های GIS و شهرهای مجازی۱۰- سیستم GIS نمونهبا توجه به فرصت پیش آمده در این پروژه که بعنوان اولین پروژه در نوع خود در کشور در سطح استانی شروع گشته ، دست اندرکاران پروژه این امید را دارند تا با تلاش خود و پشتیبانی و حمایتهای مسئولین استان بتوانند نتایج این پروزه را با کیفیت بالا ارائه داده تا این نتایج بتواند بعنوان یک الگو در تحقق، ساخت و بکارگیری SDI کشور نیز مورد استفاده واقع شود. لذا در این راستا و به منظور استفاده کامل از این فرصت، این پروزه سعی دارد تا در صورت امکان برخی خدمات دیگر، علاوه بر خدمات تعریف شده را نیز ارائه دهد. از اهم این خدمات میتوان به موارد زیر اشاره نمود:طراحی سیستم کاتالوگ داده‌ها (Spatial Data Catalogue)پیش نویس دستورالعمل تولی داده‌ها (Custodianship)طراحی یک نمونه سیستم حفظ و نگهداری و جستجوگر داده‌ها (Spatial Data Clearinghouse)طراحی و ایجاد پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی جهت آموزش مفاهیم پایه SDI و اشاعه فرهنگ استفاده و به اشتراک گذاری اطلاعات مکانیمعرفی SDIاطلاعات مکانی یکی از مهمترین و حساس¬ترین عوامل تصمیم¬گیری و به خصوص تصمیم‌گیریهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در زندگی امروزه می¬باشد. به همین دلیل بسیاری ازنیازها، اهداف و فعالیتهای سازمان¬های مختلف زمانی امکان¬پذیر است که دسترسی به داده¬های مکانی مناسب و یکپارچه میسر باشد. این موضوع به خصوص برای برنامه¬ریز ی های کلان بسیارحائز اهمیت است. این موضوع، باعث توسعه زیرساختارهای اطلاعات مکانی (SDI- Spatial Data Infrastructure)، به عنوان یک بستر توانمندسازی (Enabling Platform) در جوامع با اطلاعات مکانی ، در سطوح مختلف شده است. به SDI به عنوان مکانیزم پایدار برای اتصال اطلاعات مکانی کاربران و تولیدکنندگان داده ها به یکدیگر نگریسته می¬شود. کاربران اطلاعات مکانی، به طور پیوسته برای نیازهای خود احتیاج به دستیابی و دسترسی سریع به اطلاعات مکانی دارند ، لذا، SDI می¬تواند کمک شایانی به ساده¬سازی تبادل داده¬ها و منابع بین سازمان¬های مختلف بکند. با توجه به وجود سطح وسیع داده¬های مکانی، ابزارها و تولیدات مرتبط با آنها، توسعه SDI، به عنوان یک بستر توانمندسازی ، این امکان را به کاربران مختلف می¬ دهد تا با یکدیگر همکاری وسیعتری داشته باشند و به نیاز بازار پویا ی کنونی پاسخ بهتری ارائه نمایند .امروزه اهمیت راه¬اندازی زیر ساختارهای اطلاعات مکانی (SDI) جهت تسهیل در جمع¬آوری ، نگهداری و تبادل اطلاعات مکان مرجع و داده¬های مرتبط بیش از پیش مورد توجه واقع شده است. استفاده از SDI به منظور جلوگیری از دوباره کاریها و بالا بردن قابلیتهای نهفته در اطلاعات مکانی و افزایش بهره¬وری از

سرمایه¬گذاری¬های انجام شده در جهت دستیابی به اهداف توسعه پایدار در جامعه،لازم و ضـروری است.مزایایSDI مزایای ایجاد و راه اندازی SDI در یـک جامعه را می توان مشـتمل بر موارد ذیل دانست: تسـهیل در تبادل ، ادغام و بکارگیری اطلاعات مکانی. ایجاد فرصت های شـغلی جدید. تسـهیل در توسـعه بازار اطلاعات و صنعت. ارائه خدمات نوین و بهینه به کاربران با استفاده از فنـاوری اطلاعـات. افزایش امنیت اجتمـاعی با به کارگیری اطلاعات مکانی در مـدیریت بحران. ارائه خـدمات بهینه به کاربران با بهره گیری از اطلاعـات مکـانی و بهره گیری بیشتر از بسترهـای توانمنـدسازی . افزایش منـافع اقتصـادی،اجتمـاعی و زیست محیطی حاصـل ازسـرمایه گـذاریهای انجـام شـده بر روی داده هـای مکـانی موجود توسط سازمانهای مختلف . عوامل توسـعه SDI مراحل توسعه و ایجاد SDI برای هر کشوری وابسته به تاریخچه تولید اطلاعات مکانی، سطح و نوع اطلاعات مکانی موجود، متولیان آن و نیازهای توسعه¬ای کشور است. اما به طور کلی، جنبه¬های مختلفی اعم از اجتماعی، قانونی، سازمانی و فنی در توسعه SDI باید مورد نظر قرار گیرند. کاربردهای SDISDI دارای توانـایی تسـهیل در اجرای فعالیت های مختلف در یـک جامعه است . دامنه این فعالیت ها بسـیار وسیع بوده و در واقع ،شامل تمامی امور مرتبط با مـدیریت ، برنامه ریزی و سازنـدگی در یک جامعهماننـد شـهر ، اسـتان یا کشور می شود . در این راستا ،استفاده از SDI ، باعث تسـهیل در روند تصـمیم گیری در کاربردها و فعالیت های متنوعی شامل موارد زیر می گردد: مـدیریت شـهری و منطقه ای مـدیریت بحران آمایش سـرزمین مـدیریت منابع مـدیریت زمین و املاک و کاداستر مـدیریت منابع اب و دریایی محیط زیست دفاع و امنیت آمار و برنامه ریزی بهداشت و درمان برنامه ریزی اجتماعی حمل و نقل کشاورزی معادناجزای SDIاجزای SDI شامل داده ها و اطلاعات پایه ، نیروی انسانی (تولیـد کننـده ها واسـتفاده کننده ها) ، قوانین و سیاسـتهای دسترسی به اطلاعات ، استاندارد های فنی و روشهای مختلف دسترسی بوده که هریک از اجزاء ، بسته به شرایط و امکانـات موجود یـک جـامعه طراحی و ساخته می شونـد . SDI دارای مـاهیتی پویـا بوده ، به نحوی که قـابلیت انطبـاق با فناوری جدیـد و تطبیق بـا شـرایط مختلف و متغیر در یـک جامعه را مهیا می سازد .سلسـله مراتب توسـعه SDIمحیط SDI دارای خاصیت سلسله مراتبی (Hierarchy) بوده به این مفهوم که ارتبـاط بین سـطوح یـک جـامعه (محلی، شـهری و اسـتانی) مختلف آن جهت تبـادل اطلاعـات و سرویسـها در محیطهـای مختلف ، فراهم می شود. موفقیت در سـاخت و بکـارگیری یـک GIS و همچنیـن دقت خروجی تحلیـل هـای آن مبتنی بر تـامین داده های مناسب و دقت اطلاعات ورودی در آن GIS می باشـد. لذا ساخت و بکارگیری یک GIS بر روی بسـتر SDI از ضـریب اطمینـان موفقیت بالاتری برخوردار می باشـد. علاوه بر این خاصـیت سلسـله مراتبی SDI امکان اسـتفاده از اطلاعات مکانی موجود در آن و تبادل آنها بین سـطوح مختلف اسـتان و GIS های آن را فراهم میکنـد.GIS. با بهره گیری و اسـتفاده از پایگاه های موجود و تعریف شـده در بستر) SDI نقشه هـای توپوگرافی و لایه های اطلاعاتی شامل، آب، برق، گـاز، عکسـهای هوایی و اطلاعـات دیگر) همراه بـا داده های توصـیفی مربوط عوارض، امکان ایجاد یکپارچه پایگاه اطلاعات مکـانی و توصـیفی را فراهـم می کنـد .به نقـل از مجله بین المللی GIM- ژوئن ۲۰۱۱استراتژی شبکه SDI (زیرسـاخت داده های مکـانی)جامعه International Geospatial Society) IGS) عضـو ویژه انجمـن زیرسـاخت جهـانی داده هـای مکـانی (GSDI :Golobal Spatial Data Infrastructure) می باشد. مراکز این انجمن با سازمانهای بزرگ سـروکار دارند. این درحالی است که IGS به متخصصـین علاقه مند خصوصـی و دانشجویان اجازه می دهد تا به عضویت این جامعه درآیند. IGS در سال ۲۰۰۹ ایجـاد و دارای ۱۸۰ عضـو از بیش از ۵۰ کشـور می باشـد. برای بـه کـارگیری و افزایش ارتباطـات بیـن المللی، IGS فرصـتهای ارزشـمندی برای افراد علاقـه منـد بـه سـهیم شـدن در تجـارب و دانش SDI، فنـاوری هـای مکـانی و GIS فراهـم می نماید.GIKNetانجمن GSDI پورتـال شـبکه علمی اطلاعات جغرافیایی، ۳ Website) GIKNet) ، را بعنوان چـارچوب اولیه ارتبـاط از طریق IGS پشتیبـانی می کنـد. شـبکه علمی اطلاعات جغرافیایی GIK فعالیتهای IGS را به واسـطه چارچوب مـدیریت علمی و فلسـفهٔ شبکه بندی اجتماعی مجازی ارتقاء می دهد. درپی یازدهمین همایش GSDI در رتردام (Rotterdam)، اعضاء

IGS تحقیقات آنلاین خود را تکمیل نموده، انگیزه ی اصلی خود جهت مشارکت - منفعت حال حاضر - IGS و خدمت رسانی بیشتر که مد نظر اعضای IGS است، را تعیین کردند.مأموریندر انتخاباتی که سال ۲۰۱۰ به صورت آنلاین برگزار شد اعضاء انجمن به مدت دوسال، میبل آلوارز (Mable Alvarez) از آرژانتین و لیلیا- پاتریشیا آریاس (Lilia-Particia Arias) از کلمبیا را به ترتیب بعنوان رئیس و نـایب رئیس IGS انتخاب کردنـد. هر دو نفر انتخاب شده اکنون عضو انجمن GSDI، و هیئت مدیره GSDI شده اند.وظایف اولیهدر افتتاحیه نشست IGS مصادف با همایش GSDI۱۲ در سنگاپور در اکتبر ۲۰۱۰ اولین فرصت برای اعضاء فراهم شد تا به طور گروهی یکدیگر را ملاقات کرده، درخصوص موضوعات مهم اولیه به صورت رو در رو بحث و گفتگو کنند. پس از بررسی های انجام شده، وظایف مهم اولیه ذیل در طرح عملکرد این انجمن تعیین گردید:- حمایت از دانشجویان و متخصصین جوان از طریق توسعه برنامه های رایزنی و کارورزی- توسعه استراتژیهای هماهنگ سازی میان SDI و طرحهای مشاهدات زمین- ارتقاء استفاده از وب ۲.۰ Web و سایر ابزار جهت مستحکم کردن ارتباطات- ارتقاء کار اعضاء IGS بعنوان یک شبکه که به طور آزاد، اطلاعات، معلومات و انتشارات را به اشتراک می گذارد- تولید و تحویل محصولات و ارتباط با زبانی غیر از زبان انگلیسی، جهت گسترش مناسبات- ارتقاء انتشارات انجمن IGS در مجلات با دسترسی آزاد و سایر وسایل ارتباط جمعی- توسعه تصویر قابل رؤیت از طریق آرم شرکت، بروشورها و وب سایت- مشارکت در ایجاد برنامه های آموزشی و تحصیلی در زمینه SDI با استفاده از فناوری یادگیری الکترونیکی- همکاری و فعالیتهای هماهنگ با تشریک مساعی میان سازمانهای آموزشی و سایر سازمانهای وابسته به IGS تا منافع اعضاء IGS تأمین گردد- همکاری برای سازماندهی سمینارها، همایش ها و فعالیتهای وب جهت به اشتراک گذاشتن علوم- ارتقاء فعالیتهای الحاقی با FIG و سایر سازمانهای مکانی بین المللیاطلاعات بیشتر مربوط به ارتباط تعاملی میان GSDI و IGS را می توانید در وب سایت۴(website ۴) مشاهده فرمایید.زیر ساخت داده های مکانی بر مبنای سرویس های مکانیزیر ساخت داده های مکانی (SDI) مجموعه ای از سیاستها، استانداردها، شبکه های دسترسی، فناوریها، داده های مکانی، سازمانها و نیروهای انسانی می باشد که امور مختلف دسترسی و استفاده بهینه از داده های مکانی را تسهیل و هماهنگ می سازد، اجرا و پیاده سازی SDI می تواند بر اساس یکی ازمعیارهای بر مبنای محصول و یا پردازش داده های مکانی انجام شود. در SDI بر مبنای محصول داده های مکانی بصورت اشتراکی می توانـد در اختیار کاربران مختلف قرار گیرد. هرچند در این معماری کاربران ممکن است نتوانند داده های مکانی را بیابند که دقیقا با نیاز آنها منطبق است. در حالیکه SDI ی بر مبنای پردازش داده های مکانی، سرویس های مکانی که از مولفه های اساسی SDI هستند داده های مکانی را پردازش نموده و اطلاعات مورد نیاز منطبق بر خواسته های کاربر را در اختیار وی قرار می دهند. در حقیقت SDI بر مبنای پردازش داده های مکانی ترکیبی از دانش و داده های مکانی است که باعث تولید اطلاعات مکانی می شود. منابع :

یزد فردا

شهرداری تهران سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان یزد

پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی جهت آموزش مفاهیم پایه SDI

v.gsdi.orghttp://www.igeoss.orghttp://www.giknet.orghttp://memberservices.gsdi.org/files/?artifact_d=۷۹۶ What is SDI

SDI stands for the United States' Strategic Defense Initiative, the program proposed by President Ronald Reagan in ۱۹۸۳ to the nation as a response to the Soviet Union's actions of aggression during his terms of office around the globe. SDI is based on space-based ICBM interception capability - it was quickly nicknamed "Star Wars" by the popular media.

It signaled a fundamental shift in U.S. Foreign Policy concerning Nuclear Weapons and the START negotiations as a whole. While previous years had been based on the MAD (Mutually Assured Destruction) principle, SDI was meant to be a pro-active "shoot-em while they're in the air" doctrine based on surviving a Nuclear Attack by the USSR.Although there were many Soviet actions of aggression in Reagan's time, the one act that really brought things to a head was the Soviet downing of Korean Air Lines (KAL) flight ۰۰۷. The deliberate destruction by a Soviet fighter jet of a civilian airliner with both South Koreans and Americans on board, including Congressman Lawrence McDonald (Georgia) prompted Reagan's "Evil Empire" speech directed at the Soviet Union not long afterward. SDI was announced at another speech to the nation ۵ months later. Tensions during that period were the highest they'd been since the Cuban Missile Crisis.By pursuing SDI, Reagan angered the Soviets by abandoning the Anti-Ballistic Missile Treaty of ۱۹۷۲, in which the U.S. agreed not to pursue any Ballistic Missile Interception system capability. That treaty was seen and regarded by many to be a major hindrance to real peace in the age of Nuclear Missiles. However, in the end, it proved to be the final straw that broke the Soviet Bear's back and forced then Soviet President Gorbachev to make major concessions with Reagan at a summit in Iceland. Financially incapable of competing with the development of such a large scale techonological project, the Soviet military all but became bankrupt several years later, leading to withdrawals in countries they had occupied for years, and the eventual fall of Communism in Russia altogether.The downside - by forcing the Soviet hand, their withdrawal from east-bloc countries uncorked the lid on centuries old ethnic tensions that had been put aside because of WWII and Soviet occupation afterward. It's always much easier to plan to defend against an enemy you know well, but not so for many enemies you hardly know, which is the state of the world today.While the first answer "State Disability Insurance" might be correct for the State of California, it does not fall into the Technology category.Read more:

:tp://wiki.answers.com/Q/What_is_SDIixzz۱fvl۰UjrDhttp://wiki.answers.com/Q/What_is_SDI

شهر الکترونیکی

E-city... شهر الکترونیکی اهداف گوناگونی دارد، از گسترش کاربردهای شهری فناوری اطلاعات گرفته تا ایجاد فرصتهای برابر برای تمامی شهروندان نوشته: سید علیرضا حجازی آنچه که امروزه با عنوان" شهر الکترونیکی "یا (E-city) از آن یاد می شود به لحاظ برخورداری از ویژگی های ایده آل و منحصر به فرد، ممکن است در شرایط واقعی تا حدی آرمانی به نظر برسد. از

این رو منطقی تر آن است که در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به جای سخن گفتن از" شهر الکترونیکی، "به" آرمان شهر الکترونیکی "یا (E-topia) بیاندیشیم و کوشش نماییم ویژگی های آرمانی را به تدریج با تکامل بخشیدن به شهرهای الکترونیکی کنونی، محقق سازیم. مجموعه تلاش هایی که در حوزه گسترش کاربردهای شهری فناوری اطلاعات طی دو دهه اخیر صورت گرفته است، با وجود آن که از سرعت و پیوستگی شایسته ای برخودار نبوده؛ اما به دلیل همگرایی با مبانی جوامع دانش بنیان می تواند نوید بخش ایجاد یک ایتوپیا یا آرمان شهر الکترونیکی در آینده ای نه چندان دور باشد. امید به آرمان شهری الکترونیکی که در آن استانداردهای شهرهای الکترونیکی رعایت شده باشد و شهروندان با آسودگی و اطمینان خاطر بخش قابل توجهی از تعاملات روزانه خود را با بهره گیری از بسترهای ارتباطی الکترونیکی انجام دهند و به شکل چشمگیری در زمان، هزینه و انرژی خود صرفه جویی کنند، می تواند انگیزه ای قدرتمند برای تحرک بخشیدن به کوشش های آینده باشد. بدیهی است آرمان شهر الکترونیکی نیز مانند هر پدیده دانش بنیان دیگری ویژگی های خاص خود را دارد و مهمترین ویژگی آن" فرهنگ شهروندی "به شیوه الکترونیک است. حضور در محیط سایبر و مشارکت در فعالیت های انفرادی و جمعی متعارف در شهرهای الکترونیکی فرهنگی را به همراه دارد که شهروندان برای برخورداری از حقوق شهروندی ملزم به رعایت آن هستند. مباحثی مانند مراعات حریم خصوصی افراد در محیط سایبر، حقوق تالیفی و انتشاراتی و دیگر مقررات و قوانینی که همگی برای حفظ حقوق فردی و اجتماعی افراد تنظیم شده اند، در چنین شهری معنا و مفهوم می یابد و اعتبار و روایی آن تا اندازه زیادی به رعایت آن توسط خود شهروندان بستگی دارد. آنچه که یک آرمان شهر الکترونیکی را نسبت به شهرهای الکترونیکی متعارف و عادی که تا کنون ایجاد و راه اندازی شده اند متمایز می سازد، تنها ابعاد فرهنگی آن نیست بلکه ابعاد کاربردی و فنی آن نیز می باشد. هر قدر زیرساخت های ارتباطی یک شهر الکترونیکی از توسعه و کیفیت بهتری برخوردار باشند، امکان به کارگیری آنها از سوی شهروندان نیز به همان میزان افزایش خواهد یافت. این یعنی تکامل یافتگی ارتباط الکترونیکی. اما در آرمان شهر الکترونیکی این تکامل یافتگی در منتهای درجه خود قرار دارد. از آنجایی که امروزه اینترنت به عنوان مهمترین بستر ارتباطی در جهان معاصر مطرح است و کوشش های گسترده ای در سراسر جهان به منظور توسعه آن در تمامی مناطق و حتا دور دست ترین نقاط هر کشور صورت گرفته است، تمرکز بر این رسانه ارتباطی و بهبود شاخص های توسعه آن نظیر افزایش ضریب نفوذ و پهنای باند وسیعتر دیگر نه به عنوان یک توصیه بلکه به عنوان ضرورتی انکارناپذیر مطرح است. بدین ترتیب تکامل اینترنت و روندهای توسعه آن در آرمان شهر الکترونیکی مد نظر می باشد. یک آرمان شهر الکترونیکی می تواند در بر دارنده اهداف گوناگونی باشد، از گسترش کاربردهای شهری فناوری اطلاعات گرفته تا ایجاد فرصتهای برابر برای تمامی شهروندان در برخورداری از مزایای شهروندی و مشارکت در یک جامعه اطلاعاتی. امروزه هر شهروند الکترونیکی در جامعه اطلاعاتی نقش و جایگاه منحصر به فرد خود را دارد و در صورت ایفای مناسب این نقش می تواند سهم قابل توجهی در توسعه و پیشرفت دیگر شهروندان و در نهایت جامعه و کشور خود داشته باشد. روشن است ایفای نقش شهروندی و در همان حال برخورداری از حقوق مربوط به آن پیش از هر چیز نیازمند اطلاع رسانی و آگاهی بخشی است که این امر نیز به مدد رسانه های اطلاعاتی امکانپذیر است. سازمان ها و نهادهای شهری که پیوسته به ارایه خدمات شهری می پردازند، می توانند به عنوان گهواره پیدایش آرمان شهر الکترونیکی به شمار آیند. از آنجایی که ارایه خدمات الکترونیکی در این سازمان ها و نهادها به امری عادی و متعارف مبدل شده است، دیگر تردیدی پیرامون لزوم یا ضرورت ارایه خدمات به شیوه الکترونیکی وجود ندارد و تمرکز کنونی این سازمان ها به بهبود و ارتقای این خدمات معطوف شده است. نقش مجامع علمی و دانشگاهی به لحاظ برخورداری از دانش و تخصص کافی برای همیاری در این عرصه در خور توجه است و این بنیادهای علمی می توانند کمک های موثری را به ارتقای کیفیت خدمات الکترونیکی ارایه نمایند. آرمان شهر الکترونیکی محصول همکاری و هم افزایی توان سازمان های دانش بنیان گوناگون در یک جامعه است و نمی تواند تنها به

ساختارهای ارتباطی و اطلاعاتی متکی باشد. گسترش خدمات شهری تنها یکی از دستاوردهای ایجاد آرمان شهر الکترونیکی است و دانش ضمنی که بر اثر مشارکت در تراکنش های جاری در چنین شهری تولید می شود، خود از ارزش شایان توجهی برخوردار است. این دانش ضمنی سبب ارتقای سطح شهروندی می شود و هر شهروند به طور خودکار با بهره گیری از فنون و مهارت های ارتباطی می تواند متناسب با افزایش میزان فعالیت الکترونیکی خود، از مزایا و حقوق بیشتری نیز برخوردار شود که این امر به پدیده دیگری موسوم به" رقابت الکترونیکی "منجر خواهد شد. رقابت الکترونیکی در یک آرمان شهر الکترونیکی از یک سو زمینه بروز یافتن استعدادهای نهفته را فراهم می سازد و از سوی دیگر تکامل تدریجی شهر و شهروندان را در پی دارد. همین رقابت در بعدی دیگر سبب تولید دارایی های الکترونیکی می شود. امروزه آثار الکترونیکی که در قالب نرم افزار، کتاب های الکترونیکی و حتا مقالات تولید می شوند، در صورت داشتن ویژگی های لازم به عنوان سرمایه های الکترونیکی یک جامعه در نظر گرفته می شوند. توجه به این عامل کلیدی در ارتقای جایگاه شهروندان الکترونیکی می تواند زمینه ساز آفرینش آثار فاخر و منحصر به فرد باشد و در نهایت جامعه و شهری را به وجود آورد که پیش از هر چیز به لحاظ میزان دارایی و ثروت الکترونیکی تولید شده در آن برای دیگر جوامع و شهرهای الکترونیکی حایز اهمیت باشد. ایجاد یک آرمان شهر الکترونیکی نیازمند طی شدن یک فرایند تکاملی است و بدیهی است که هر فرایند تکاملی می تواند وقت گیر باشد، از این رو بردباری و شکیبایی برای رسیدن به هدف نهایی یکی از شروط گریز ناپذیر خواهد بود. پرسش اصلی در این میان این است که با بهره گیری از چه عوامل یا عناصری می توان مدت زمان لازم را تا حد امکان کوتاه تر کرد و ایجاد آرمان شهر الکترونیکی را تسریع نمود. اگر چه این پرسش ذهن برخی از اندیشمندان فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را به خود مشغول کرده است، اما می توان پذیرفت که گسترش کاربردی فناوری اطلاعات به عنوان پایه ای ترین عامل در نیل به هدف یاد شده همچنان به قوت خود باقی است. آرمان شهر الکترونیکی در نهایت تقویت کننده مجموعه ای از کارکردهای ارتباطی خواهد بود و بر این اساس بهتر است" تمرکز بر کاربردها "به عنوان یکی از محورهای اصلی در اندیشه پیرامون این موضوع در نظر گرفته شود.

کتاب الکترونیکی

E-book... کتاب الکترونیکی،پدیده ای کاملاً تازه است و می رود تا نظام آموزش و اطلاع رسانی را با دگرگونی مواجه سازد.

ebook یا کتاب الکترونیکی، پدیده ای کاملاًـ تازه در این بین است و می رود تا نظام آموزش و اطلاع رسانی را با دگرگونی هایی اساسی مواجه سازد. کتاب های الکترونیکی یا ebooks صرفاً نسخه های الکترونیکی مطالب مکتوب نیستند . بلکه میتوانندعلاوه برمتن، صوت وتصاویرو ... رانیز شامل شوند. بعلاوه می توانند درقالب فایل هایی که می تواند توسط یک رایانه اجرا شود مانند قالب های PDF، HTML، Word Text وفایل های اجرایی EXE درآیند. از اختراع رایانه، ترانزیستورها و ابداع اینترنت به عنوان فصل های انقلابی در تاریخ علم یاد شده است. با رواج هرچه بیشتر تاثیر رایانه در جزئی ترین مسائل روزمره، دنیای ما با سرعت هرچه بیشتر به دنیای الکترونیک و دیجیتال تبدیل می شود. کتاب و چاپ و نشر نیز از این راه باز نمانده اند و ظهور نشر الکترونیک به گونه ای که در ۲ یا ۳ سال اخیر شاهد آن بودیم، oصنعت چاپ و نشر را دستخوش تحولی عظیم کرده است. ● e-bookچیست؟ ebook یا کتاب الکترونیکی، پدیده ای کاملاًـ تازه در این بین است و می رود تا نظام آموزش و اطلاع رسانی را با دگرگونی هایی اساسی مواجه سازد. کتاب های الکترونیکی یا ebooks صرفاً نسخه های الکترونیکی مطالب مکتوب نیستند . بلکه میتوانندعلاوه برمتن، صوت وتصاویرو ... رانیز شامل شوند. بعلاوه می توانند درقالب فایل هایی که می تواند توسط یک رایانه اجرا شود مانند قالب های PDF، HTML، Word Text وفایل های اجرایی EXE درآیند. سادگی اجرا، سادگی جستجو در متن ، داشتن قالب زیباتر ، منسجم بودن مطالب ، امکان عرضه یا فروش ساده تر و سریعتر ، داشتن قابلیت افزودن

امکانات مالتی مدیا و ... ازجمله ویژگی هایی هستند که کتاب الکترونیکی رابه عنوان یک رسانه نو پا و رو به رشد از سایر رسانه هایی از این دست ممتاز می گرداند ●. توسعه e-book یا کتاب الکترونیکی درجهان نهادهای بسیار زیادی با درک اهمیت این رسانه، به حمایت و گسترش این پدیده نوپا اقدام می کنند که قصد آنها توسعه هرچه بیشتر نشر الکترونیک و بهادادن به این پدیده است. برای مثال، نمایشگاه کتاب فرانکفورت ۷جایزه سالیانه برای کتاب های الکترونیکی برگزیده اختصاص داده است که شامل جایزه ای ویژه به مبلغ ۱۰۰ هزار دلار می باشد. اکنون سایت های فراوانی می توان یافت که از نویسندگان دیجیتال استقبال می کنند. انتشارات تجاری Time Warner اخیراً از وجود سایت www.ipublish.com خبرداد که مسؤلان آن نویسندگانی را که قصد دارند کتابشان در قالب الکترونیکی عرضه شود، جلب و حمایت می کنند. همچنین جنبشی تحت عنوان پروژه گوتنبرگ(Project Gutenberg) شکل گرفته است که هدف آن تبدیل کتاب های عادی به کتاب های الکترونیکی است. هزاران کتاب که تا کنون در کتابخانه ها و یا کلکسیون های خصوصی موجود بودند اکنون درقالب دیجیتال در دسترس همگان قرار می گیرند. پیش بینی می شود تا سال ۲۰۰۵ یک ششم کتابهای خریده شده در آمریکا کتابهای الکترونیکی خواهد بود. تجارتی که ارزش ۸.۷ میلیارد دلار خواهد داشت ●. مزایا و ویژگی‌های کتاب های الکترونیکی ▪: اول:Portability سهولت انتقال در عین یکپارچگی مطالب اطلاعات پردازش شده (Information) می تواند به سرعت برق جابه جا شود. باتوسعه میکروچیپ ها، فناوری فایبراپتیک (Fiber Optic) و اینترنت، ارتباطات دیجیتال می تواند به سهولت هرچه تمامتر و به صورت بلادرنگ (Real Time) منتقل شود. کتاب های الکترونی می تواند به صورت download و یا به شکل ضمیمه به ایمیل (attachment)، عرضه شوند و نیز قابل ذخیره در دیسکت و یا CD-ROM می باشند ▪. دوم : Versatility انسجام مطالب و تنوع کاربرد در حال حاضر مردم دسترسی بیشتری به اطلاعات دارند و می توانند بر اساس آن تصمیمات بهتری بگیرند. در مقایسه باقالب های رایج متنی ، کتاب های الکترونیکی در عین دسته بندی مطالب به صورت فهرست یا موضوعی، به صورت وحدت یافته تبادل آن ها با یکدیگر را همراه با سهولت جستجو فراهم میکند ▪. سوم : Interactivity تبادل بینابین مطالب با یکدیگر ترغیب شدن بیشتر برای ادامه خواندن ، سهولت نگهداری و یاد سپاری مطالب و توانایی بیشتر در کنترل مطالب از جمله موارد بسیار مهم برای خواننده می باشد. یک کتاب الکترونیکی با امکاناتی مثل وجود فرامتن (Hyperlink) امکان تبادل بینابین مطالب و نیز مرور همزمان آنها با یکدیگر را فراهم میکند. این راحتی جستجو به ویژه برای افرادی که با مطالب تحقیقاتی سر و کار دارند بسیار حایز اهمیت می باشد ▪. چهارم:edia Capability پشتیبانی از امکانات مالتی مدیا کتاب های الکترونیکی حتی می توانند این امکان را داشته باشند که به مطالب کتاب گوش دهید! نرم افزارهایی چون Microsoft Reader از امکانات بسیار خوبی از جمله خواندن متون برخوردار می باشند. این مطلب صرفاً جالب است اما برای افرادی مثل نابینایان و یا کسانی که مشکل خواندن مطالب را دارند نوید بخش عصری تازه در آموزش و اطلاع رسانی می باشد. همچنین این کتاب ها امکان خوبی برای برای بزرگ کردن مطالب دارند ▪. پنجم :Useability سهولت کار و اجرا اکثریت قریب به اتفاق مردم برای نوشتن و یا خواندن مطالب از طریق رایانه از نرم افزارهایی چون Word استفاده می کنند. به عنوان یکی از مشکلات نرم افزار Word این است که مطلبی که در یک نسخه آن مثل Word و یا در یک ویندوز فارسی ساز نوشته می شود به سادگی در نسخه دیگر این نرم افزار قابل اجرا نیست.به طوری که اگر شما آن را به رایانه دیگر که دارای نسخه دیگری است ببرید مخصوصاً اگر آن مطلب به زبانی غیر انگلیسی نوشته شده باشد، ممکن است به همان دقت اجرا نشود و نیز ممکن است بسیاری ازافراد برای خواندن مطلبی که درقالب PDF دراختیار دارند، نرم افزارهای ویژه اجرای PDF را نداشته باشند و حتی نام آن ها را نیز نشنیده باشند. مشکل بسیار مهمتری که در این بین وجود دارد قیمت بسیار بالای این گونه نرم افزارهااست. فقط قیمت بسته Office محصول شرکت مایکروسافت بیش از ۳۵۰ دلارمیباشدکه برای یک نرم افزارقیمتی بالا است. اما کتاب های الکترونیکی که درفرمت EXE هستند این مشکل را نیز حل

کرده اند. یعنی شما کتاب الکترونیکی خود را صرف نظر از نوع سیستم عامل و یا وجود نرم افزاری برای خواندن آن نه تنها ساده تر از ورق زدن یک روزنامه خواهیدخواند، بلکه از امکانات بسیارجالب دیگر آن نیز آن نیز بهره مند خواهید شد و حتی می توانید از درون کتاب برای نویسنده آن ایمیل بفرستید! از جمله مشکلات دیگر این است که خواندن مطالب طولانی از طریق این گونه نرم افزارها به دلیل عدم تعبیه یا اجرای ساده Hyperlink ها و نیز نبود تبادل بین مطالب به صورت بلادرنگ برای خواننده بسیار خسته کننده خواهد بود. اما در یک کتاب الکترونیکی مطالب بسیارطولانی مثلاً نسخه کامل کتاب مقدس را می توان به صورت کلیک روی فهرست ها و دسته بندی ها به ساده ترین شکل مرورکرد ●. چگونگی ساخت کتاب های الکترونیکی برای ساخت و عرضه یک کتاب الکترونیکی به موارد ذیل احتیاج است ▪: مطالب مکتوب ▪ نرم افزاری برای تبدیل این مطالب به قالب الکترونیکی ▪ سایتی که وظیفه بازاریابی محصول شما را به عهده بگیرد. البته در این بین باید به بعضی فنون بازاریابی آشنایی داشت ▪. راهکاری برای دریافت وجوه نقدی به صورت online ▪ روشی برای ارسال متاب الکترونیکی به متقاضی یک مثال از چگونگی ساخت کتاب های الکترونیکی یکی از روش های رایج برای ساخت کتاب الکترونیکی، عرضه مطالب درقالب PDF است که توسط کاربران مکینتاش نیزقابل خواندن است و برای کار با این قالب و یا تبدیل فایل های Word به PDF باید مجموعه نرم افزاری Adobe Acrobat از جمله Writer ، Reader وDistiller و یاسایر نرم افزارهای کار با فایل های PDF را دراختِار داشته باشید.اما معمولا مخاطبان کتابهای الکترونیکی قالب EXE یا خوداجرا را برای خواندن بیشتر ترجیح می دهند. برای این گونه فایلها نیز نرم افزار وجود دارد ●. سازنده کتاب اکترونیک به طور کلی نرم افزار های کتاب سازی (ebook compiler) به دودسته تقسیم می شوند: ۱) نرم افزار هایی که فایل های html و متنی را به فرمتی غیر ازEXE تبدیل می کنند. ۲) نرم افزار هایی که فایل های html را به EXE تبدیل می کنند. شما برای ساختن این نوع فایل ها و خواننده برای اجرای آن به نرم افزار Acrobat Reader نیاز دارید که این نرم افزار به رایگان از سایت abode.com قابل دریافت می باشد فایل های PDF معمولا سازگاری بیشتری با چاپگر دارند اما از نظر مرور مطالب برای خواننده شناوری لازم را ندارند. اما ویژگی بسیار برجسته آنها سازگاری با انواع مختلف ویندوز و رایانه می باشد. همچنین کامپایلر هایی وجود دارند که به یک پردازشگر نوشتار درونی مجهز می باشند که می توان متن را به صورت مستقیم در خود کامپایلر نوشت. از جمله این نرم افزار ها به neobook professional و win ebook می توان اشاره کرد. {beginslide id="۱۳۳" title="برای مشاهده متن انگلیسی مرتبط به صورت کشویی اینجا را کلیک فرمائید} What is an e-book? You may have noticed that we offer a number of books in a "downloadable e-book" format. E-books are a relatively new concept so we thought we'd answer some frequently asked questions about them here: ۱.What is an e-book? An e-book is an electronic file of a book. It is sent to you as a safe, Adobe pdf attachment to an e-mail with instructions for downloading onto your computer. It's easy! To download the Adobe Reader ۶.۰, click here. For more information visit the Adobe Reader site: http://www.adobe.com/products/acrobat/readermain.html ۲. What do I do with the attachment? Open it like any other file you have received attached to an e-mail. We guarantee it's safe and virus-free. You may then choose to read it on your computer screen or print it out on your own printer. Many customers print, hole-punch and bind our books within regular, store-bought binders. ۳. What are the advantages of purchasing an e-book? Cost, time and functionality. We sell e-book versions of our books for less than

printed copies because it saves us printing costs and we avoid damage caused by mailing. It also spares you shipping charges involved with bound and printed versions (especially important for our overseas customers!). Plus, you receive your book immediately and avoid packaging and shipping time. With an e-book, you can search for specific wording within the text, resize the text, or change the text orientation on the screen and still enjoy the functionality of traditional print books, such as highlighting text, making annotations, or bookmarking pages. ۴. What is the disadvantage of purchasing an e-book? If you're one of those who like to cuddle up with a good book, enjoying the cracking of a new spine, an e-book may not be for you. However, the books we have made available in electronic format are typically of an informative nature, not late night page-turners. We have found that parents and teachers seeking immediate information are pleased to enjoy the savings of time and money by purchasing e-books. ۵. What if I want more than one copy of a title? The purchasing of e-books relies on an honor system. We trust that you'll purchase additional copies honestly. We thank you for your support of our authors. ۶. What if I want to return my purchase? We're sorry, but since there is no delivery of a product, sales of e-books are final and non-returnable. If you experience technical difficulties in downloading your e-book, we will, of course, be happy to assist you. If you have a question about e-books that we didn't answer, please feel free to

امضای دیجیتال

... Digital signature زیر بنای تبادلات الکترونیکی مقدمه با توجه به توسعه روزافزون فناوری اطلاعات و در پی آن تجارت الکترونیکی و تغییر نمادهای فیزیکی به نمادهای الکترونیکی، ارسال و تبادل اطلاعات محرمانه الکترونیکی به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. مجموعه تلاش هایی که در حوزه گسترش کاربردهای شهری فناوری اطلاعات طی دو دهه اخیر صورت گرفته است، با وجود آن که از سرعت و پیوستگی شایسته ای برخودار نبوده؛ اما به دلیل همگرایی با مبانی جوامع دانش بنیان می تواند نوید بخش ایجاد یک ایتوپیا یا آرمان شهر الکترونیکی در آینده ای نه چندان دور باشد. امید به آرمان شهری الکترونیکی که در آن استانداردهای شهرهای الکترونیکی رعایت شده باشد و شهروندان با آسودگی و اطمینان خاطر بخش قابل توجهی از تعاملات روزانه خود را با بهره گیری از بسترهای ارتباطی الکترونیکی انجام دهند و به شکل چشمگیری در زمان، هزینه و انرژی خود صرفه جویی کنند، می تواند انگیزه ای قدرتمند برای تحرک بخشیدن به کوشش های آینده باشد. بدیهی است آرمان شهر الکترونیکی نیز مانند هر پدیده دانش بنیان دیگری ویژگی های خاص خود را دارد و مهمترین ویژگی آن" فرهنگ شهروندی "به شیوه الکترونیک است. حضور در محیط سایبر و مشارکت در فعالیت های انفرادی و جمعی متعارف در شهرهای الکترونیکی فرهنگی را به همراه دارد که شهروندان برای برخورداری از حقوق شهروندی ملزم به رعایت آن هستند. مباحثی مانند مراعات حریم خصوصی افراد در محیط سایبر، حقوق تالیفی و انتشاراتی و دیگر مقررات و قوانینی که همگی برای حفظ حقوق فردی و اجتماعی افراد تنظیم شده اند، در چنین شهری معنا و مفهوم می یابد و اعتبار و روایی آن تا اندازه زیادی به رعایت آن

توسط خود شهروندان بستگی دارد. امضای دیجیتال؛ تعریف امضای دیجیتال شماره یا عدد انحصاری محرمانه‌ای است که مبنای تعاملات فرد در شبکه است. (دکتر اکرمی‌فرد)برای این که یک امضای الکترونیکی از نظر قانونی به رسمیت شناخته شود باید توسط مراکزی گواهی شود. (کتر سلماسی‌زاده) امضای الکترونیکی یا دیجیتال مانند امضای سنتی نیست بلکه عددی بزرگ است که به صورت رمز و کد در آمده است. این عدد در حقیقت یک عدد انحصاری است و به فرد متقاضی، کد خاصی به عنوان امضای الکترونیک داده می‌شود. بنابراین مسائل حقوقی ناشی از تبادل الکترونیکی اطلاعات بایستی با قراردادهای مشخصی تنظیم شود. حوزه این مسائل، استانداردهای تبادل و ایمنی اطلاعات، نحوه اعتبارسنجی و رسمیت بخشیدن به پیام‌ها، نحوه دریافت و ارسال پیام، قوانین حاکم و سرانجام مسئله دلایل اثبات پیام را در بر می‌گیرند. به هر حال در روش ارسال پیام الکترونیکی دریافت‌کننده بایستی مطمئن شود که فرستنده همان فرد مورد نظر او بوده و از طرفی اطلاعات دریافتی پس از ارسال در بین راه تغییر نکرده باشد. برای حل این مشکل از امضای دیجیتالی در شبکه‌های الکترونیکی استفاده می‌شود. امروزه در اکثر کشورها امضای دیجیتالی به یک ضرورت تبدیل شده و حتی در کارت هوشمند شهروندان خود این رمز را درج می‌کنند از سوی دیگر جامعه بین‌المللی و همچنین انجمن قانونی بلژیک مجموعه قوانینی را ارائه کرده‌اند که باعث می‌شود امضاهای دیجیتال به صورت قانونی صورت پذیرد و عموما به صورت امضاهای مکتوب پذیرفته شود. آیا امضای الکترونیکی، فقط در تجارت الکترونیکی کاربرد دارد؟ بخشی از آن مربوط به پرداخت و دریافت پول از طریق اینترنت می‌شود و در بخش دیگر به قراردادها، مرسولات الکترونیکی محرمانه و یا حتی شناخت طرف مقابل در شبکه مربوط می‌شود. یعنی تشخیص هویت فرد که برای شما چیزی ارسال کرده و یا شما خواهان دادن اطلاعاتی از سوی وی در شبکه اینترنت بوده‌اید. شناسایی هویت چیزی فراتر از تجارت است. به طور کلی می‌توان گفت: امضای دیجیتال شماره یا عدد انحصاری محرمانه‌ای است که توسط مرکزی به هر فرد متقاضی تعلق می‌گیرد و آن عدد یا رمز مبنای تعاملات آن فرد در شبکه یا محیط سایبر می‌شود. مراکز گواهی یا صدور امضای دیجیتال در ایران وزارت بازرگانی از طرف هیئت دولت موظف است امکان راه‌اندازی مراکز ایجاد و صدور گواهی دیجیتال که استفاده از امضای دیجیتال را عملی می‌کند فراهم کند که هم اکنون این کار را می‌کند و همچنین بانک‌ها مشغول ایجاد یک مرکز صدور گواهی هستند. چگونگی ایجاد مراکز صدور گواهی امضای دیجیتالی برای این که یک امضای الکترونیکی از نظر قانونی به رسمیت شناخته شود تا هیچ یک از طرفین نسبت به اصالت و صحت اسناد مبادله شده از طریق اینترنت تردید نکنند و کسی منکر امضای دیجیتالی که ارائه کرده، نشود باید امضای دیجیتال گواهی شود. مراکز گواهی امضای دیجیتال مشابه مراجع ثبت اسناد رسمی هستند و چون در محیط سایبر نیز احتمال تردید، انکار یا ادعای جعل نسبت به اسناد الکترونیکی وجود دارد پس باید در این فضا هم نهادها و مراجعی برای تضمین معاملات الکترونیکی باشند. این گواهی در واقع هویت امضاءکننده و صحت انتساب سند به وی را تایید می‌کند. مرجع گواهی می‌تواند هم یک نهاد دولتی یا زیرنظر دولت باشد و هم یک نهاد ملی و یا بین‌المللی. به هر حال الان مراکزی در اروپا هست که امیدواریم نکاتی برقرار شود تا آنها صحت گواهی ما را تایید کنند تا بتوانیم از سوی گواهی‌های صادره خود برای کاربردهای بین‌المللی هم استفاده کنیم. استفاد از امضای دیجیتال تا چه حد امنیت تبادل اسناد مالی و محرمانه را تضمین می‌کند؟ امنیت هیچ وقت صددرصد نمی‌شود، این مقوله هم یک مسئله نسبی است و بستگی دارد چقدر برای آن می‌خواهید هزینه کنید و سندی را که می‌خواهید حفاظت کنید چه ارزشی دارد، با توجه به ارزشی که یک سند دارد برای مصونیت آن سرمایه‌گذاری می‌کنند. به هر حال امضای الکترونیکی بر خلاف امضای دست‌نویس از امنیت بیشتری برای مصون ماندن از جعل، دستکاری و تقلید توسط دیگران برخوردار است چون آگاهی یافتن از یک امضای الکترونیکی محرمانه کار بسیار دشواری است. باید توجه داشت که گسترش تجارت الکترونیکی مستلزم ایجاد اطمینان و اعتماد عمومی نسبت به این نوع از تجارت است و این اطمینان باید از طریق تضمین امنیت تبادل داده‌های الکترونیکی صورت گیرد. هر چند با توسعه فناوری‌های نوین امنیت افزایش

می‌یابد ولی همانطور که گفته شد هیچ‌گاه صددرصد نمی‌شود. امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری برای عملی کردن استفاده از امضای دیجیتال در ایران از لحاظ امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری برای عملی کردن استفاده از امضای دیجیتال در کشور سرمایه‌گذاری شده وسازمان‌هایی مشغول پیاده‌سازی این سیستم‌ها هستند. در قانون تجارت الکترونیکی امضای دیجیتال برای کاربردهای مشخصی به رسمیت شناخته شده است.البته نیاز به آیین‌نامه‌هایی دارد که به تصویب نرسیده ولی در دست تهیه و تدوین برای تصویب است. معنی و مفهوم کلید عمومی و خصوصی در امضای الکترونیکی (دیجیتال) منظور از کلید بخشی از سیستم یا الگوریتمی است که یک متن را رمزگذاری یا رمزگشایی می‌کند. کلید عمومی پیام را به صورت رمز در می‌آورد که شما می‌تواند کلید عمومی را در اختیار همگان و در معرض استفاده و دید عمومی قرار دهید. مرکز گواهی برای آنها گواهی‌نامه‌ای صادر می‌کند که صحت انتساب کلید عمومی را به هر شخص دارنده گواهی تایید می‌کند. کلید خصوصی هم کلید شخصی و منحصر به فردی است که محرمانه و در اختیار شخص است و فرد دیگری نمی‌تواند به آن دسترسی یابد. امضای دیجیتال مبتنی بر روش‌های رمزنگاری از طریق کلیدهای عمومی و خصوصی است. یک متن یا پیام رمزنگاری شده بی‌مفهوم است و فقط کسی می‌تواند به معنی و مفهوم آن پی ببرد که دارای کلید خصوصی باشد. موارد استفاده از امضای دیجیتال در سایر کشورها در حال حاضر در دنیا در کشورهای متعددی از امضای دیجیتال در کاربردهای گوناگون استفاده می‌شود از صدور یک ایمیل گرفته تا نقل و انتقالات مالی و امضای اسناد تعهدآور. بنابراین حوزه کاربرد آن گسترده است. تاکنون مقتضیات قانونی آن در بیشتر نظام‌های حقوقی فراهم آمده است. این موضوع تا حدی است که در برخی ازکشورها مثل آلمان قانون مستقلی تحت عنوان قانون امضای الکترونیکی به تصویب رسیده است. {beginslide id="۱۳۳" title="برای مشاهده متن انگلیسی مرتبط به صورت کشویی اینجا را کلیک فرمائید} Digital signature A digital signature (not to be confused with a digital certificate) is an electronic signature that can be used to authenticate the identity of the sender of a message or the signer of a document, and possibly to ensure that the original content of the message or document that has been sent is unchanged. Digital signatures are easily transportable, cannot be imitated by someone else, and can be automatically time-stamped. The ability to ensure that the original signed message arrived means that the sender cannot easily repudiate it later. A digital signature can be used with any kind of message, whether it is encrypted or not, simply so that the receiver can be sure of the sender's identity and that the message arrived intact. A digital certificate contains the digital signature of the certificate-issuing authority so that anyone can verify that the certificate is real. {endslide}

درباره مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

بسم الله الرحمن الرحیم

جاهِدُوا بِأَمْوالِكُمْ وَ أَنْفُسِكُمْ فی سَبيلِ اللَّهِ ذلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (سوره توبه آیه ۴۱)

با اموال و جانهای خود، در راه خدا جهاد نمایید؛ این برای شما بهتر است اگر بدانید حضرت رضا (علیه السّلام): خدا رحم نماید بنده‌ای که امر ما را زنده (و برپا) دارد ... علوم و دانشهای ما را یاد گیرد و به مردم یاد دهد، زیرا مردم اگر سخنان نیکوی ما را (بی آنکه چیزی از آن کاسته و یا بر آن بیافزایند) بدانند هر آینه از ما پیروی (و طبق آن عمل) می کنند

بنادر البحار-ترجمه و شرح خلاصه دو جلد بحار الانوار ص ۱۵۹

بنیانگذار مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان شهید آیت الله شمس آبادی (ره) یکی از علمای برجسته شهر اصفهان بودند که در دلدادگی به اهلبیت (علیهم السلام) بخصوص حضرت علی بن موسی الرضا (علیه السلام) و امام عصر (عجل الله تعالی فرجه الشریف) شهره بوده و لذا با نظر و درایت خود در سال ۱۳۴۰ هجری شمسی بنیانگذار مرکز و راهی شد که هیچ وقت چراغ آن خاموش نشد و هر روز قوی تر و بهتر راهش را ادامه می دهند.

مرکز تحقیقات قائمیه اصفهان از سال ۱۳۸۵ هجری شمسی تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن امامی (قدس سره الشریف) و با فعالیت خالصانه و شبانه روزی تیمی مرکب از فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مختلف مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

اهداف :دفاع از حریم شیعه و بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام) تقویت انگیزه جوانان و عامه مردم نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی، جایگزین کردن مطالب سودمند به جای بلوتوث های بی محتوا در تلفن های همراه و رایانه ها ایجاد بستر جامع مطالعاتی بر اساس معارف قرآن کریم و اهل بیت علیهم السّلام با انگیزه نشر معارف، سرویس دهی به محققین و طلاب، گسترش فرهنگ مطالعه و غنی کردن اوقات فراغت علاقمندان به نرم افزار های علوم اسلامی، در دسترس بودن منابع لازم جهت سهولت رفع ابهام و شبهات منتشره در جامعه عدالت اجتماعی: با استفاده از ابزار نو می توان بصورت تصاعدی در نشر و پخش آن همت گمارد و از طرفی عدالت اجتماعی در تزریق امکانات را در سطح کشور و باز از جهتی نشر فرهنگ اسلامی ایرانی را در سطح جهان سرعت بخشید.

از جمله فعالیتهای گسترده مرکز :

الف)چاپ و نشر ده ها عنوان کتاب، جزوه و ماهنامه همراه با برگزاری مسابقه کتابخوانی

ب)تولید صدها نرم افزار تحقیقاتی و کتابخانه ای قابل اجرا در رایانه و گوشی تلفن سهمراه

ج)تولید نمایشگاه های سه بعدی، پانوراما ، انیمیشن ، بازیهای رایانه ای و ... اماکن مذهبی، گردشگری و...

د)ایجاد سایت اینترنتی قائمیه www.ghaemiyeh.com جهت دانلود رایگان نرم افزار های تلفن همراه و چندین سایت مذهبی دیگر

ه)تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و ... جهت نمایش در شبکه های ماهواره ای

و)راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی (خط ۲۳۵۰۵۲۴)

ز)طراحی سیستم های حسابداری ، رسانه ساز ، موبایل ساز ، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک ، SMS و...

ح)همکاری افتخاری با دهها مرکز حقیقی و حقوقی از جمله بیوت آیات عظام، حوزه های علمیه، دانشگاهها، اماکن مذهبی مانند مسجد جمکران و ...

ط)برگزاری همایش ها، و اجرای طرح مهد، ویژه کودکان و نوجوانان شرکت کننده در جلسه

ی)برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم و دوره های تربیت مربی (حضوری و مجازی) در طول سال

دفتر مرکزی: اصفهان/خ مسجد سید/ حد فاصل خیابان پنج رمضان و چهارراه وفائی / مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان

تاریخ تأسیس: ۱۳۸۵ شماره ثبت : ۲۳۷۳ شناسه ملی : ۱۰۸۶۰۱۵۲۰۲۶

وب سایت: www.ghaemiyeh.com ایمیل: Info@ghaemiyeh.com فروشگاه اینترنتی: www.eslamshop.com

تلفن ۲۵-۲۳۵۷۰۲۳- (۰۳۱۱) فکس ۲۳۵۷۰۲۲ (۰۳۱۱) دفتر تهران ۸۸۳۱۸۷۲۲ (۰۲۱) بازرگانی و فروش ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹ امور

ارزش کار فکری و عقیدتی

الاحتجاج - به سندش، از امام حسین علیه السلام -: هر کس عهده دار یتیمی از ما شود که محنتِ غیبت ما، او را از ما جدا کرده است و از علوم ما که به دستش رسیده، به او سهمی دهد تا ارشاد و هدایتش کند، خداوند به او می‌فرماید: «ای بنده بزرگوار شریک کننده برادرش! من در کَرَم کردن، از تو سزاوارترم. فرشتگان من! برای او در بهشت، به عدد هر حرفی که یاد داده است، هزار هزار، کاخ قرار دهید و از دیگر نعمت‌ها، آنچه را که لایق اوست، به آنها ضمیمه کنید».

التفسیر المنسوب إلی الإمام العسکری علیه السلام: امام حسین علیه السلام به مردی فرمود: «کدام یک را دوست‌تر می‌داری: مردی اراده کشتن بینوایی ضعیف را دارد و تو او را از دستش می‌رَهانی، یا مردی ناصبی اراده گمراه کردن مؤمنی بینوا و ضعیف از پیروان ما را دارد، امّا تو دریچه‌ای [از علم] را بر او می‌گشایی که آن بینوا، خود را بِدان، نگاه می‌دارد و با حجّت‌های خدای متعال، خصم خویش را ساکت می‌سازد و او را می‌شکند؟».

[سپس] فرمود: «حتماً رهاندن این مؤمن بینوا از دست آن ناصبی. بی‌گمان، خدای متعال می‌فرماید: «و هر که او را زنده کند، گویی همه مردم را زنده کرده است»؛ یعنی هر که او را زنده کند و از کفر به ایمان، ارشاد کند، گویی همه مردم را زنده کرده است، پیش از آن که آنان را با شمشیرهای تیز بکشد».

مسند زید: امام حسین علیه السلام فرمود: «هر کس انسانی را از گمراهی به معرفت حق، فرا بخواند و او اجابت کند، اجری مانند آزاد کردن بنده دارد».